



MICROSERVICES **PROFITABLES**

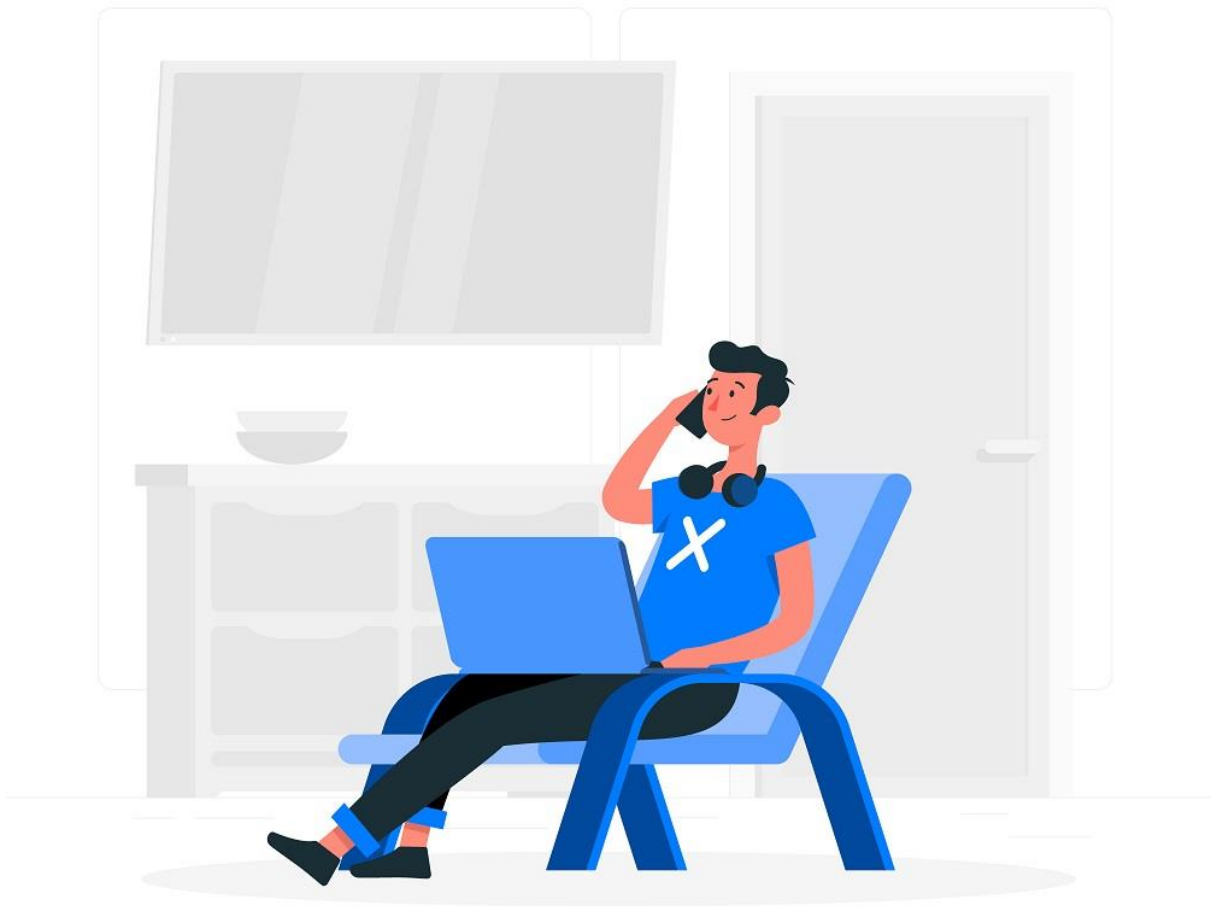


NATHANAEL LONKPAME

Des Microservices Profitables

© *Copyright. Tous droits réservés. Par Nathanael LONKPAME.*

Introduction



« Gig Economy », tel est le nom donné au phénomène des micro-services, qui secoue le monde du travail. Les micro-services ont pris une ampleur considérable lors de la dernière décennie et le nombre de travaux en ligne indépendants est en forte croissance. Une étude réalisée par la plateforme de freelancing [Malt.fr](https://malt.fr)

indique qu'il y avait 930 000 freelances en France en 2019 et que plus de 50 000 personnes le deviendraient chaque année.

Que l'on attribue cette évolution à un climat économique incertain ou à des tendances générationnelles, il est évident que l'économie du gig est là pour de bon. La génération des milléniaux accorde plus de valeur au travail flexible et à un objectif professionnel qu'au salaire.

Qu'est-ce qu'un micro-service ?

L'expression micro-service (ou gig) désigne un **contrat à court terme** contracté entre deux particuliers ou professionnels indépendants, pour la réalisation d'un travail. Le micro-service réunit donc un acheteur (le client) et un vendeur (la prestataire de service). À la différence des contrats de travail, les micro-services sont clôturés en quelques jours, voire même quelques minutes, pour les plus petites tâches.

La montée des startups lors de la dernière décennie a contribué au développement de l'économie du gig. Ayant généralement peu de moyens, les startups se tournent vers les micro-services. Cela leur permet de trouver des talents, tout en économisant sur les coûts d'un salarié : assurance maladie, cotisation de solidarité autonomie, assurance retraite, etc.

Comment fonctionne un micro-service ?

Avec un micro-service, le freelance va gagner une partie de ses revenus. Lorsqu'il offre plusieurs micro-services à différents clients ou entreprises, ses revenus cumulés peuvent être équivalents à ceux d'un emploi à temps plein. D'autres tirent profit de contrats de courte durée pour gagner des revenus complémentaires.

L'économie du gig est bénéfique à la fois aux startups et aux freelances. Les freelances recherchent du travail flexible à temps choisi et les entreprises veulent engager des freelances sous contrat temporaire au lieu de salariés à temps plein.

L'économie du gig repose de plus en plus sur des **plateformes**, qui mettent en relation les freelances et les entreprises qui veulent recruter les travailleurs à temps partiel. Certaines plateformes sont axées sur des niches spécifiques, telles que les métiers de l'informatique, tandis que d'autres sont plus généralistes et permettent aux freelances de proposer toutes sortes de services.

Dans l'économie des micro-services, les freelances travaillent comme des **entrepreneurs indépendants**, ce qui signifie que leurs clients leur

paient un montant convenu pour les services rendus. Dans le cadre d'un contrat indépendant, les travailleurs sont responsables de leur épargne et du paiement de leurs propres impôts et n'ont pas nécessairement droit aux avantages typiques d'un emploi à temps plein, l'accès à une assurance maladie notamment.

Il existe cependant des solutions pour les travailleurs indépendants telles que l'**épargne retraite** et le plan **d'épargne populaire** (Perp).

Les avantages des micro-services pour un freelance

La flexibilité avant tout

Les freelances qui tirent parti de l'économie du gig pour gagner leur vie citent souvent la **flexibilité** comme étant le plus grand avantage. Lorsqu'un professionnel n'est pas engagé auprès d'un seul employeur dans le cadre d'un contrat de travail à temps plein, il conserve un plus grand contrôle sur ses horaires de travail, grâce à la possibilité de choisir les missions qu'il accepte.

Les personnes qui ont un emploi à temps plein et qui souhaitent gagner des revenus supplémentaires peuvent proposer des micro-services, sur lesquels ils pourront travailler le soir ou le week-end.

Les **professionnels qualifiés** peuvent trouver des contrats à court terme qui leur permettent de faire grossir leur portefeuille. Ce qui leur permettra plus tard d'obtenir des postes à temps plein au plus haut niveau et mieux rémunérés. Toutefois, beaucoup choisissent simplement de continuer à travailler indépendamment, pour profiter de la flexibilité qu'offre le freelancing.

Du point de vue des **entreprises**, les freelances aident à faire des économies, car elles n'ont pas à supporter les coûts administratifs liés à l'embauche de personnel à temps plein. Les entreprises ne versent pas de cotisations patronales sur les comptes d'épargne retraite, par exemple, ou ne contribuent pas au coût de la couverture d'assurance maladie pour les travailleurs indépendants.

Contrôle sur votre charge de travail

L'un des meilleurs aspects du freelancing est que vous pouvez arrêter de travailler lorsque le besoin se fait sentir. Si vous avez trop de clients et que vous ne pouvez pas gérer le stress, vous pourrez sélectionner les missions les plus intéressantes et décliner les autres.

Le freelance peut choisir les personnes avec lesquelles il souhaite travailler. Cela contribue grandement à réduire le stress. Travailler pour un mauvais patron peut avoir un certain nombre d'effets négatifs sur la santé comme la dépression, les troubles du sommeil, l'hypertension, etc.

Éviter les longs trajets

La plupart des freelances n'ont pas à quitter leur domicile pour travailler, ce qui est excellent pour la gestion du temps, et encore plus pour la santé. Des

études réalisées par les universités de Cambridge et Montréal ont montré que la durée du trajet pour aller au travail affectait considérablement la productivité et la santé du travailleur.

Chez ceux qui mettent plus de 30 minutes pour aller au bureau, il a été révélé :

- 30 % de risques supplémentaires de souffrir de dépression
- 37 % d'entre eux sont plus susceptibles d'avoir des problèmes financiers
- 12 % risquent d'être concernés par le stress lié au travail
- 46 % dorment moins de 7 heures par nuit
- 21 % sont plus susceptibles d'être obèses

Ces mêmes études ont montré que la durée acceptable pour aller au travail est de 20 minutes. La plupart des freelances travaillent depuis le confort de leur domicile, ce qui est bénéfique pour leur santé.

Faut-il absolument des compétences pour se lancer sur un site de micro-service ?

La réponse à cette question est **non**, dans la mesure où l'on peut se lancer sur un site de freelancing et offrir des micro-services faciles à réaliser. Vous pouvez créer votre compte et mettre en vente des micro-services simples, comme créer une page Facebook ou encore faire de la transcription. Ces tâches ne nécessitent pas de compétences avancées.

Par contre, si vous voulez vivre confortablement du freelancing, une expertise dans un domaine particulier sera d'une grande aide.

L'importance d'acquérir de nouvelles compétences techniques

Un freelance peut progresser dans sa carrière en acquérant de nouvelles compétences. Cela lui permet de devenir un expert dans son domaine et se démarquer de la concurrence.

Votre carrière professionnelle dépend de vous

En tant que freelance, vous serez votre propre patron. L'évolution de votre carrière est en grande partie entre vos mains. Il ne faut donc pas vous

reposer sur vos lauriers, acquérez de nouvelles compétences pour rester compétitif.

La possibilité d'augmenter vos tarifs

L'acquisition de nouvelles compétences et l'obtention de certifications pour les étayer sont un excellent moyen d'augmenter vos tarifs pour vos micro-services. Investissez donc du temps et de l'argent pour maîtriser votre niche. Cela vous aidera à justifier une augmentation auprès de vos clients.

Acquérir plus de clients

L'économie du gig devient de plus en plus compétitive. La combinaison de différentes compétences vous rendra beaucoup plus attractif. Si vous êtes concepteur de logo ayant une expérience dans la conception web par exemple, vous pouvez facilement vous démarquer de la concurrence.

Si vous possédez des compétences variées développées au fil du temps, vous pourrez gagner plus de clients.

Se tenir au courant des nouvelles pratiques

Certaines niches requièrent de se former en permanence. C'est le cas de la programmation

informatique. Les langages de programmation sont régulièrement mis à jour et vous devez connaître les nouvelles pratiques en matière de sécurité. Si vous êtes un développeur, vous devez vous tenir au courant des dernières versions des logiciels.

De même, un expert du SEO doit avoir un œil sur les derniers outils et pratiques de son domaine afin de mieux aider ses clients à obtenir les meilleurs résultats.

Fidéliser ses clients

Les employeurs adorent les travailleurs qui font un effort pour acquérir de **nouvelles compétences** et qui sont prêts à apprendre une compétence spécifique pour la réalisation d'un projet.

Ils admirent les freelances qui se perfectionnent continuellement. Si vous êtes prêt à acquérir de nouvelles compétences, vous montrerez à votre client que vous êtes un collaborateur digne de confiance et êtes en mesure d'entretenir une relation pérenne.

S'épanouir sur le plan personnel

L'acquisition de nouvelles compétences vous aide à avoir un sentiment d'accomplissement. L'ensemble du processus d'apprentissage peut être gratifiant en soi.

Pour ce faire, vous pouvez opter pour des formations en ligne ou hors ligne. Dans les deux cas, vous vous développerez en tant que personne et progresserez également dans votre vie.

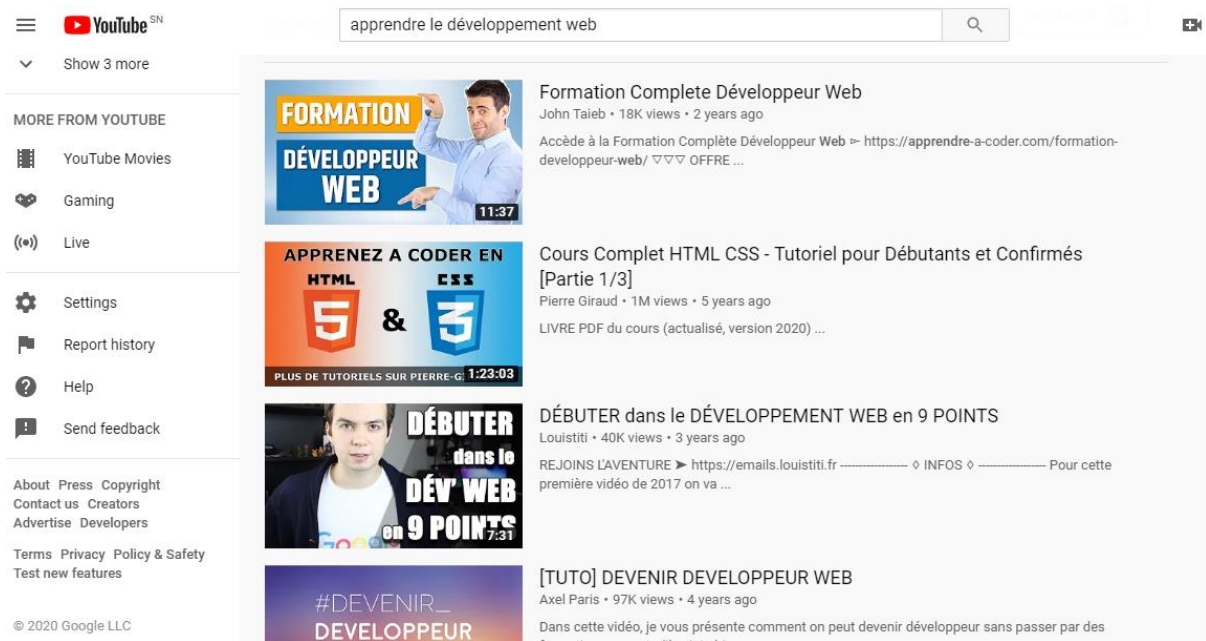
En tant que freelance, vous devriez consacrer un peu de temps à l'acquisition de nouvelles compétences. Cela vous permettra de mieux vous faire connaître et de repousser vos limites.

Comment apprendre de nouvelles compétences pour offrir de nouveaux micro-services rapidement ?

Aujourd'hui, pour acquérir de nouvelles compétences, il suffit d'avoir un ordinateur et une connexion Internet. Il existe de nombreuses ressources gratuites et payantes pour vous aider à acquérir des compétences, afin de travailler en tant qu'indépendant depuis chez vous.

Trouver des tutoriels sur les blogs et sur YouTube

En tant que deuxième moteur de recherche, YouTube peut être un excellent point de départ pour apprendre de nouvelles compétences et lancer de nouveaux micro-services. Si vous voulez vous lancer dans le développement web par exemple, vous pouvez taper des requêtes comme « apprendre les bases du HTML » ou « apprendre le développement web ».



Vous trouverez ainsi des dizaines de tutoriels, pour appréhender n'importe quelle niche.

Les articles de blog sont également une excellente source pour apprendre de nouvelles compétences. Le blog de [Codeur.com](https://codeur.com) est une excellente ressource pour les métiers de la tech et du web marketing.

Des ressources payantes pour aller plus loin

Investir dans votre formation peut être le meilleur investissement que vous pourrez faire. Vous trouverez sur Internet de nombreuses ressources gratuites et fiables, mais si vous tenez à être un spécialiste dans une niche en particulier, n'hésitez pas

à acheter des formations pour un apprentissage plus approfondi.

Des formations telles que celles proposées sur des plateformes telles que [Openclassrooms](#), **Udemy** ou **Lynda** sont des ressources réputées, pour acquérir une connaissance pratique dans pratiquement toutes les niches.

Si vous n'avez pas encore fait votre choix sur les compétences particulières à acquérir, nous verrons les 12 micro-services qui permettent aux freelances de gagner confortablement leur vie. Mais à présent, voyons les **soft skill** ou **compétences comportementales** dont vous aurez besoin en tant que freelance.

Les compétences comportementales (humaines) du freelance à succès

Les freelances, comme tous les autres travailleurs professionnels, doivent avoir des compétences personnelles. L'importance des compétences non techniques n'est pas à négliger, quel que soit le domaine que vous avez choisi. Elles jouent un rôle important dans la recherche de nouveaux clients et l'établissement de relations durables avec ceux-ci. En fait, notons-le bien, on parle de contrats à court

terme, mais vous aurez des clients réguliers, qui auront régulièrement recours à vos micro-services.

Voici une liste des plus importantes compétences, ainsi que les raisons pour lesquelles elles peuvent contribuer à l'établissement d'une carrière de freelance réussie.

Compétences organisationnelles

En tant que freelance, vous êtes la seule personne responsable de l'organisation et de la réalisation de votre travail. Si vous n'avez pas la discipline nécessaire, vous risquez de ruiner rapidement votre aventure, en raison d'une incapacité à gérer la charge de travail.

Vous serez peut-être invité à rejoindre un groupe de travail, en tant que développeur indépendant. Votre travail rentrerait ainsi dans le cadre d'un projet plus grand. Si vous ne respectez pas les délais convenus, vous risquez de mettre à mal l'ensemble du projet. Les compétences organisationnelles sont beaucoup plus importantes pour les freelances que pour les autres professionnels, qui ont un superviseur ou qui travaillent en équipe en entreprise.

Le freelance n'a pas de superviseurs ou de supérieurs auxquels rendre des comptes tout au long de la réalisation de sa mission. Vous serez responsable de toutes vos tâches. Apprendre à définir les priorités des tâches est un autre facteur clé.

Il est aussi indispensable de prévoir du temps pour revoir le travail fini, car personne ne vérifiera à votre place pour repérer d'éventuelles erreurs.

Vous aurez peut-être besoin d'un peu de temps pour trouver le bon rythme de travail tout au début. Expérimentez différentes configurations, jusqu'à ce que vous ayez identifié celle qui vous donnera les meilleurs résultats, tant pour la productivité que pour la rémunération.

Compétences de communication

C'est une autre qualité essentielle du freelance à succès. Que vous soyez un rédacteur, ou développeur indépendant, vous devrez communiquer parfois directement avec le client. Chaque client pour lequel vous travaillerez est différent et par conséquent, ses besoins sont différents. Être capable de répondre à toutes les exigences et les satisfaire ne peut être que le fruit de compétences communicatives élaborées.

Le principal défi est que le client ne sait pas toujours ce qu'il veut exactement et vous ne pouvez tout simplement pas supposer que le client sait ce qu'il recherche ou qu'il comprend le service offert. Tout doit être discuté à l'avance, afin de mieux comprendre ses attentes.

Les **retards dans la communication** entrent aussi dans le cadre d'une mauvaise communication. Pour un client qui veut en savoir plus sur un micro-service, un délai de réponse trop long le mènera tout simplement vers des concurrents plus réactifs. Vous ratez ainsi des opportunités. De même, pour un client qui a déjà acheté votre micro-service, les réponses tardives créent une mauvaise expérience à l'égard du service offert. Ce qui peut entraîner une appréciation négative du client.

Nous pouvons dire sans risque de nous tromper que la communication est l'une des compétences les plus importantes pour un freelance. Presque tous les aspects de votre carrière dépendent de cette compétence : votre capacité à acquérir de nouveaux clients, votre capacité à négocier les tarifs et la possibilité de former un partenariat durable.

Aptitude à travailler en équipe

Comme nous l'avons vu plus haut, vous pourrez être amené à travailler en équipe, ce qui peut être paradoxal, mais est assez fréquent. L'un des exemples de travail en équipe les plus courants est une position de rédacteur en chef indépendant pour un gros blog. Vous pourrez être amené à recruter une équipe de rédacteurs indépendants et gérer les différents articles qu'ils proposent.

Être un freelance implique de travailler avec d'autres personnes, même si elles résident dans d'autres pays et ne maîtrisent pas parfaitement votre langue. Si vous faites partie d'une équipe, mais n'êtes pas un communicateur efficace, vous risquez de rater certaines opportunités.

Votre carrière de freelance est une aventure. Bien que les compétences techniques soient indispensables, il y a plusieurs autres points essentiels à prendre en compte. Il ne faut jamais sous-estimer l'importance des compétences relationnelles. Elles représentent une valeur ajoutée pour faire bonne impression auprès de vos clients et les fidéliser.

Quels sont les meilleurs sites de micro-services ?

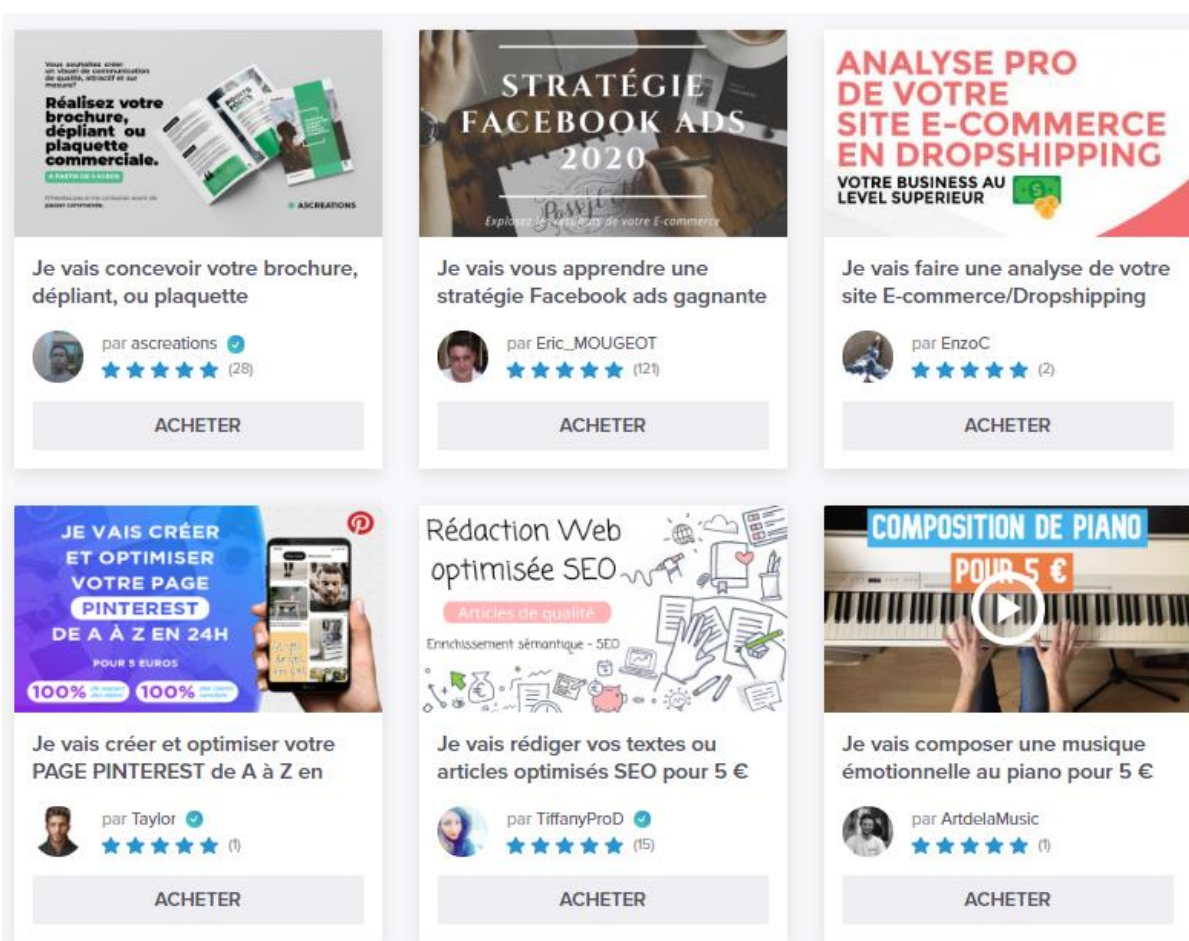
Pour les personnes qui veulent se lancer dans le freelancing, il y a heureusement bon nombre de sites sur lesquels elles peuvent s'inscrire gratuitement pour proposer leurs micro-services. Certains de ces sites se spécialisent dans une niche en particulier, tandis que d'autres sont plus généralistes.

Voyons à présent 8 plateformes faciles à utiliser, sur lesquelles vous pouvez vendre vos premiers micro-services.

5euros.com

5euros est le site de **micro-services** par excellence pour les freelances français. Le site vous permet de vous inscrire en quelques minutes et lancer votre premier micro-service dans la foulée. Le fonctionnement de 5euros est simple. Vous créez une **fiche de présentation** de votre micro-service et le mettez en ligne. Sur cette présentation, vous donnez les détails du service que vous offrez ainsi que les avantages pour le client.

Vous créez ensuite une **image bannière** pour votre micro-service. Cette image est très importante, dans la mesure où c'est ce que le client verra en premier sur le site. N'hésitez donc pas à utiliser des outils professionnels pour la concevoir. D'ailleurs, sur le site, il y a des micro-services vous proposant de créer votre image bannière pour 5 euros.



Les micro-services sur 5euro.

Il suffit ensuite d'ajouter des tags dans le champ dédié. Les tags permettent à votre service d'être retrouvé plus rapidement. Il suffit alors de soumettre

votre micro-service à la validation par les administrateurs du site. Lorsqu'il sera validé, de potentiels acheteurs le verront sur le site et pourront vous solliciter.

Les options de 5euros

Le site de 5euros exige que vous proposiez un **service pour 5 euros** (5 €). Ce qui signifie que vos clients pourront acheter votre service de base pour ce montant. Mais vous avez la possibilité d'ajouter des « options » par le biais desquelles vous proposez un meilleur service, avec des prix plus élevés.

Par exemple, un concepteur de logos peut proposer un logo simple à 5 euros, mais le client n'aura droit qu'à une révision et les fichiers sources ne seront pas livrés. Ensuite, il peut proposer, en option, un logo plus élaboré avec révision illimitée à 50 euros et dans une autre, la possibilité de recevoir les fichiers sources, à 100 euros.

Ainsi, le site ne limite pas les freelances à des services à 5 euros, mais l'on peut au contraire bien gagner sa vie sur cette plateforme de freelancing.

Fiverr.com

Fiverr repose sur les mêmes principes que 5euros, c'est-à-dire un service de base appelé **gig** et des **options** pour vendre plus cher. Les deux plateformes sont très similaires. Cependant, Fiverr est beaucoup plus avancée.

Comment fonctionne Fiverr ?

Chaque gig décrit un service spécifique, que vous offrez en échange d'un montant fixe. En plus des options appelées « extras », Fiverr vous donne la possibilité de créer 3 offres sur le service principal, à différents prix. Cela donne plus de flexibilité à l'acheteur.

Compare Packages

Package	\$400 Premium UP TO 5,000 WORDS Translate up to 5,000 words.	\$180 Standard UP TO 2,000 WORDS Translate up to 2,000 words.	\$100 Basic UP TO 1,000 WORDS Translate up to 1,000 words.
Proofreading	✓	✓	✓
Revisions	2	2	2
Delivery Time	<input checked="" type="radio"/> 3 days <input type="radio"/> 1 day (+\$250)	<input checked="" type="radio"/> 2 days <input type="radio"/> 1 day (+\$100)	<input checked="" type="radio"/> 2 days <input type="radio"/> 1 day (+\$50)
Number of words	<input type="text" value="5000"/>	<input type="text" value="2000"/>	<input type="text" value="1000"/>
Total	\$400 Select	\$180 Select	\$100 Select

Au moment de passer à l'achat, votre client se verra donc proposer un tableau de prix. Pour reprendre l'exemple du concepteur de logo, il peut proposer ses services de base et ses 2 options dans un seul tableau (5 €, 50 € et 100 €).

Pour chaque offre, le client pourra ajouter des options ou extras : par exemple, payer un peu plus pour une livraison plus rapide.

Fiverr offre d'autres options au vendeur comme une FAQ sur laquelle vous pouvez répondre aux questions qui vous sont fréquemment posées par les clients.

Niveaux de vendeur et Fiverr Pro

En fonction de vos performances sur le site, Fiverr vous attribue un niveau de vendeur. On distingue le niveau 1, le niveau 2, le Top rated seller et le Pro. Ces niveaux sont déterminants dans le classement des micro-services au niveau du site. Les vendeurs ayant les niveaux les plus élevés ont tendance à être mis plus en avant. De plus, l'acheteur peut utiliser ces niveaux pour filtrer les résultats de ses recherches.

Le vendeur simple : Il s'agit du freelance débutant ou ayant réalisé quelques ventes sur le site. Ce niveau vous est automatiquement attribué à l'inscription.

Niveau 1 : vous passez automatiquement au niveau 1 lorsque vous réalisez 400 \$ de vente sur au moins 10 commandes. Votre compte doit également être actif depuis au moins 60 jours.

Niveau 2 : vous recevrez automatiquement le badge de niveau 2 lorsque vous aurez complété 50 commandes et gagné 2 000 \$ sur Fiverr.

Top rated seller : ce niveau requiert au moins 100 ventes sur lesquelles vous devez gagner au moins 20 000 \$. Ce niveau ne vous est pas automatiquement attribué, mais votre compte sera étudié par les administrateurs avant que vous receviez le badge.

Fiverr Pro : Fiverr dispose d'une section réservée aux professionnels, qu'ils soient freelances ou non, mais ayant déjà une bonne expérience dans leur niche. Tous les vendeurs sont éligibles au niveau Fiverr Pro, mais vous devrez prouver que vous avez déjà travaillé, par exemple pour de grandes marques.

Fiverr, c'est 5euros en version avancée. La plateforme est flexible et offre de réelles opportunités de carrière. Elle est malheureusement fortement dominée par la communauté anglophone.

Upwork

Upwork est le plus grand site de freelancing au monde, avec plus de 3 millions de micro-services publiés chaque année. Upwork est différent de Fiverr et 5euros du fait que vous ne créez pas de micro-services, mais vous élaborez votre profil freelance et les clients viendront vers vous. Vous pouvez aussi rechercher des missions sur le marketplace de la

plateforme. Votre **profil Upwork** est comme votre CV, il est donc important de bien le documenter.

Une plateforme axée sur le profil

Sur Upwork, votre profil est très important, tout client le consultera avant de vous accorder une mission. Il faudra prendre le temps de renseigner un maximum de données sur vous et les mettre en valeur.

Pour commencer, mettez une photo de profil claire, où vous avez l'air professionnel et enthousiaste. Upwork tient à ce que vous mettiez une photo de vous. Une vérification d'identité sera en outre nécessaire pour profiter pleinement de la plateforme.

Dans la description de votre profil, parlez de vous, de vos réalisations, et surtout de ce que vous pouvez apporter de plus à vos clients. Ce n'est pas la peine de décrire en détail vos réalisations ou les projets auxquels vous avez participé, car il y a une section dédiée appelée « portefeuille ».

Créez un portefeuille

Portfolio



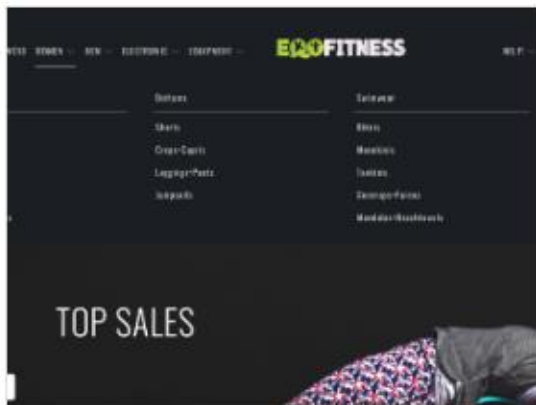
E-Commerce [Shopify Expert]

Developing a Website

I have developed a website for clusterous where they are giving rating and reviews to smartphones and Games. for full details ...

Apr 4, 2015

Developing a Website



Shopify Store From Scratch and Product R...

Si vous êtes nouveau sur Upwork et que vous n'êtes pas encore évalué, cette partie de votre profil est très importante. Elle vous permet de parler de vos compétences en détail, et des projets que vous avez réalisés. Si vous êtes développeur web, c'est à ce

niveau que vous renseignez les liens vers les sites et plateformes que vous avez conçus.

Lorsque les clients verront que vous avez une expérience, ils seront plus enclins à vous engager.

Après avoir terminé votre profil, il est temps d'attirer de potentiels acheteurs de vos services sur celui-ci.

Rédigez un « courriel de motivation »

Sur Upwork, c'est le client qui publie les micro-services sur le marketplace. Il convient donc d'explorer celui-ci et proposer vos services. Pour ce faire, vous rédigez un courriel au client.

Comme pour le profil, vous devez dire ce que vous pouvez faire pour le client en question. **Ne faites pas l'erreur d'insister sur vos compétences**, mais sur les résultats dont le client bénéficiera. Vous devez être capable de reconnaître les préoccupations et les problèmes auxquels votre client est confronté et de lui proposer des solutions concrètes.

Évitez de faire du copier-coller de courriel sur plusieurs missions. Si le client a l'impression que vous n'avez pas bien cerné le micro-service publié, il y a peu de chance qu'il vous choisisse.

Freelancer.com

Freelancer.com est un autre site de freelancing populaire, comptant plus de 16 millions de freelances enregistrés.

Ce site est similaire à Upwork et fonctionne selon le même principe. Les clients créent les micro-services, et les freelances se proposent pour les réaliser.

La création d'un compte chez Freelancer est un processus rapide, plus simple que sur Upwork. Après l'inscription, vous aura à créer votre profil en y mettant le maximum d'information sur vous et vos compétences.

Freelancer vous offre aussi une section « portefeuille » pour que vous puissiez présenter votre expérience professionnelle. Même si vous n'en avez pas, vous pourrez mettre les éléments qui se trouvent dans votre CV. Il y a un indicateur en haut et à droite de votre page pour vous montrer si votre profil est complet ou non.

La plateforme propose au freelance de passer des **tests de compétence**. Vous gagnez un badge pour chaque test que vous aurez passé. Celui-ci apparaît sur votre profil et vous donne plus de crédibilité.

Pour trouver des micro-services qui entrent dans vos compétences, parcourez les projets du site. Vous pouvez chercher par mot clé ou en utilisant les filtres par catégorie.

Comme pour Upwork, vous pouvez postuler pour plusieurs projets. L'abonnement gratuit est néanmoins limité à 8 propositions par mois, il faudra les utiliser judicieusement.

Kang.fr

Kang est un site de freelancing français lancé en 2012. Il était, à l'origine, un site sur lequel des spécialistes de voyances et d'astrologie proposaient leurs services aux internautes. On retrouve aujourd'hui les services du numérique tels que la rédaction, le marketing, la traduction, etc.

La plateforme comptait 400 000 utilisateurs actifs en 2017. Par son intermédiaire, on trouve des experts tels que des avocats ou des coachs professionnels.

Fonctionnement de Kang.fr

Kang requiert une vérification d'identité. Après votre inscription, qui est gratuite, vous devrez compléter

votre profil avec vos données personnelles. Puis, une carte d'identité permettra à l'équipe de valider votre inscription.

Les micro-services sur le site sont appelés « **Djobs** ». Le fonctionnement est identique à 5euros ou Fiverr. Commencez donc à en créer en donnant les détails de votre micro-service. Vous choisissez une catégorie, un titre, puis une description sur laquelle vous insisterez sur les avantages de votre micro-service pour le client.

Pour chaque Djobs, vous pourrez mettre jusqu'à 20 photos. C'est très pratique pour les freelances graphistes, qui pourront présenter leur portefeuille et expérience professionnelle.

Kang.fr n'impose pas de tarif fixe pour votre micro-service de base comme sur 5euros. Vous pouvez fixer arbitrairement vos prix avec la possibilité de créer un tableau de prix. Vous fixez ensuite les délais de livraison et les instructions à communiquer au client après qu'il ait passé sa commande.

Mes DJobs

Mots-clé

seo landing page site internet bili

Ce Djob est décliné en 3 options, choisissez celle qui vous convient.

☒

Landing page simple

Visuels + texte explicatif de votre projet + liens vers réseaux sociaux

5 Révisions possibles

⌚ Délai de livraison estimé : 7 à 8 jours

1 ▾ x 250,00€

☐

Landing page + recueil de données

Visuels + texte explicatif de votre projet + liens vers réseaux sociaux + formulaire de contact

5 Révisions possibles

⌚ Délai de livraison estimé : 7 à 8 jours

1 ▾ x 300,00€

☐

Landing Page Bilingue

Pack 2 + version dans une autre langue

5 Révisions possibles

⌚ Délai de livraison estimé : 1 à 2 jours

1 ▾ x 350,00€

☐

⌚ 24h

Livraison express 24h

150,00 €

COMMANDER MAINTENANT (250,00€)

L'équipe de Kang va ensuite examiner votre Djobs et après validation, votre micro-service sera en ligne.

Codeur.com

Codeur.com s'apparente à Upwork. Cette plateforme orientée sur les services numériques existe depuis 2006. Les porteurs de projets y publient leurs missions, et les freelances se proposent pour leur réalisation. Les freelances peuvent parcourir le marketplace et soumettre leurs offres.

Vous pouvez répondre publiquement à un projet, mais votre message ainsi que vos tarifs sont privés. Le client peut renégocier le prix de la prestation avec le freelance de son choix.

Sur Codeur.com, il est possible de vous faire payer hors de la plateforme. Cependant, sans leurs offres d'abonnement, vous aurez du mal à gagner des missions. L'offre gratuite ne permet pas de contacter un client pour la réalisation de son projet.

Les formules payantes varient de 29 € à 99 €. Plus vous payez, plus votre exposition sur la plateforme sera bonne.

Codeur.com est idéal pour les professionnels ayant déjà une expérience et quelques clients. Si vous voulez vous lancer dans le freelancing sans expérience au préalable, vous aurez du mal avec cette plateforme.

Redacteur.com

Cette plateforme spécialisée dans la rédaction web met en relations les rédacteurs freelances et les particuliers ou entreprises voulant déléguer la rédaction de leurs contenus.

L'inscription est gratuite et la plateforme possède un marketplace sur lequel il faudra aller pour trouver des clients. Ceux-ci utilisent un formulaire pour publier leurs projets.

À la différence des autres plateformes de freelances, celle-ci veille à la bonne exécution de la mission de rédaction. Redacteur.com vérifie que le texte est bien unique. La plateforme fixe le tarif au client en fonction du volume de travail demandé.

Redacteur.com est un site sur lequel il règne une grande compétition. Mais si vous réussissez à avoir votre première commande, vous trouverez que c'est une plateforme très rémunératrice. Selon ce [témoignage](#), on peut y gagner 25 euros par 500 mots en rédigeant sur des sujets pas du tout techniques.

Graphiste.com

Graphiste.com un peu différent des autres plateformes de freelancing que nous avons vu. Comme son nom l'indique, il est spécialisé dans les services graphiques : logos, interfaces utilisateur, illustrations, etc.

Lorsque le client publie son projet, les freelances ne se contentent pas de soumettre une proposition écrite de leurs services. Mais ils le réalisent puis soumettent le résultat au client. Celui-ci pourra donc choisir le design qui lui convient et payer au freelance correspondant la somme convenue.

Le hic avec cette plateforme est que vous pouvez travailler sur plusieurs projets sans être rémunéré. De plus, le dépôt d'une proposition nécessite un abonnement de 29 € par mois. Votre compte sera crédité de 400 crédits. Une proposition va vous coûter de 1 à 5 crédits. Cet abonnement écarte malheureusement bon nombre de graphistes débutants.

Pour rendre votre profil plus attractif, il y a la possibilité de créer votre portefeuille et renseigner vos compétences.

Les plateformes de freelancing sont plus ou moins différentes les unes des autres. Mais certaines sont plus adaptées aux débutants ayant une faible expérience, ce sont 5euros, Fiverr, Upwork et Freelancer.

Le 12 des micro-services qui cartonnent le plus

Parmi les métiers que vous pouvez faire en freelance, certains sont très convoités. Vous trouverez sans doute dans notre sélection de micro-services, celui ou ceux qui vous conviendront le mieux.

Rédaction d'articles

Le rédacteur freelance est une personne qui rédige généralement pour plusieurs clients et qui est rémunérée par mission de rédaction d'article ou par lots d'articles. En fonction de ses clients, le rédacteur peut créer du contenu de différentes manières.

Il y a donc plusieurs types de rédacteurs freelances :

- Blogueur : rédige pour des blogs.
- Rédacteur SEO : élabore un contenu optimisé pour les moteurs de recherche afin d'obtenir le meilleur classement sur Google.
- Copywriter : se spécialise dans la rédaction de texte publicitaire. Nous verrons ce cas particulier dans la prochaine section.
- Rédacteur de presse : ce type d'écriture est plus formel et de nature journalistique.

Types de services de rédaction que vous pouvez offrir par vos micro-services

Lorsque vous démarrez en tant que rédacteur, vous pouvez offrir un micro-service sur la rédaction d'articles de blog. C'est le type de rédaction le plus accessible. La rédaction d'articles de blog est souvent un projet de courte durée. La plupart des articles font entre 700 et 1500 mots.

La rédaction pour un blog peut également être récurrente contrairement à la rédaction publicitaire. En tant que rédacteur freelance, vous pouvez avoir plusieurs clients qui feront appel à vos micro-services si la qualité de vos écrits est bonne.

Trouvez une niche

La plupart des rédacteurs voudront couvrir toutes les niches pour avoir le maximum de clients. Mais cela n'est pas toujours une bonne idée. En ce faisant, vos prospects ne vous considéreront pas comme un expert dans un domaine en particulier.

Par contre si vous vous spécialisez dans la rédaction sur une niche, vous serez considéré comme un expert et l'avantage est que vous pourrez facturer plus cher vos clients pour vos écrits.

Peut-être que vous avez déjà des connaissances assez approfondies sur un domaine avec notamment votre expérience professionnelle ou vos passe-temps. Vous pourrez donc dès à présent créer vos micro-services à partir de vos compétences. Plus ces dernières sont techniques, plus vous pourrez augmenter vos tarifs.

Créer son blog pour monter ses écrits

Lorsque vous lancez votre micro-service de rédacteur, vous n'avez pas de portefeuille à monter à vos prospects pour gagner leur confiance. Pourtant, peu de clients accepteront de vous confier une mission sans avoir vu vos écrits. C'est là qu'un blog s'avère très utile.

La tenue d'un blog vous donnera plus de crédibilité. Sur celui-ci, vous pourrez rédiger sur des sujets intéressants en rapport avec votre niche. Le temps de trouver vos premiers clients, rédigez et publiez le maximum d'articles pour couvrir un certain nombre de sujets de votre niche.

Veillez à ce que vos articles fassent au moins 1000 mots. Ils doivent être assez longs pour donner assez d'information aux lecteurs. D'autant plus que

plus vos articles sont longs, plus vous serez considéré comme un expert.

Ainsi lorsqu'un client demande à voir votre travail, vous lui donnerez juste le lien vers votre blog.

Si vous ne pouvez pas vous acheter un nom de domaine, il existe des plateformes de blog gratuit tel que [Blogger](#) ou [Wordpress](#).

Le copywriting

Le copywriting est la niche de la rédaction la plus lucrative, il mérite une section entière.

Le copywriter est un rédacteur doté de compétences particulières. Il a la capacité de persuader, d'influencer et d'engager une audience en utilisant des mots écrits. Le copywriter est donc un vendeur, un marketeur.

Le but du copywriting est d'amener le lecteur à prendre une décision. Cela peut être un achat, ou un abonnement à un service. Ainsi un email ou un texte publicitaire relève du copywriting.

Contrairement à la rédaction d'articles de blog où le rédacteur se contente de partager des informations

ou analyser des faits, le copywriter concluent ses écrits un **appel à l'action ou call to action** en anglais. Il peut par exemple, relever un problème, proposer une solution puis inviter le lecteur à acheter la solution.

Pourquoi le copywriting ?

Le copywriting est une compétence qui est nécessaire pour toute entreprise voulant vendre ses produits ou services. Des emails promotionnels que vous recevez aux titres de magazines, en passant par le texte sur l'enveloppe des produits du quotidien, tous ces écrits sont rédigés par des copywriters. Ces derniers sont demandés dans toutes les industries. Alors si vous pouvez rédiger pour plusieurs niches, cela sera très bénéfique.

Traditionnellement, avant l'avènement d'internet, le copywriting était nécessaire pour différents types de supports matériels : le publipostage, les cartes postales, les annonces dans les journaux et les magazines, etc.

Aujourd'hui, le copywriting se développe en ligne et les copywriters adoptent différentes techniques de marketing pour persuader les internautes.

Voici quelques types de services qui font l'objet de copywriting au lieu d'une simple rédaction :

- Fiches produits sur Amazon ou d'une boutique en ligne
- Texte sur l'emballage ou l'étiquetage de produits.
- Annonces de publicités en ligne
- Annonces sur des journaux
- Brochures
- Un livre blanc
- Emails de promotion
- Etc.

On comprend donc que le copywriting est partout et nous lisons le texte de copywriters quotidiennement.

La formule AIDA

Nous ne verrons pas en détail comment faire du copywriting, mais sachez qu'il repose sur une formule bien connue en marketing : AIDA. Cette dernière signifie **Attention, Intérêt, Désire, et Action**.

Cette méthode de marketing fait ses preuves depuis plus d'un siècle et est le cheval de bataille de tout copywriter.

Attention : vous essayez d'attirer l'attention des prospects avec un fait qu'ils trouveront intéressant ou curieux. Il se peut qu'ils ne soient pas très attentifs, alors ce devrait être quelque chose de très pertinent pour eux.

Intérêt : vous maintenez leur intérêt avec des faits intéressants, des citations pertinentes, ou des cas d'utilisation.

Désire : vous faites en sorte qu'ils désirent le produit/service **eux-mêmes**. Montrez-leur comment la vie (ou une tâche) sera meilleure avec le produit en question.

Action : en dernier lieu, vous les invitez à entreprendre une action spécifique : passer à l'achat, s'abonner à un programme, donner son numéro de téléphone, etc.

Voici un exemple illustré par obiblog.fr.

A

OFFRE EXEPTIONNELLE

Votre produit est génial et vous voulez le dire au monde entier ?

I

Dans un milieu de plus en plus concurrentiel, il est difficile de se démarquer. La nécessité de se faire connaître aux yeux du grand public devient essentielle.

Vous ne savez pas comment créer votre publicité ou vous n'avez pas le temps de vous occuper de votre promotion vous-même ? Pas de panique « nomdenotreentreprise » est là pour vous venir en aide.

D

Grâce à un système innovant et créatif nous pouvons cibler la planète entière en quelques instants. Notre équipe vous permet de toucher les 5 continents en quelques clics par le biais du web marketing.

Il vous serait donc aisé et rapide d'agrandir votre clientèle potentielle au monde entier et multiplier considérablement vos ventes !

A

Cliquez ici pour profiter de l'offre et bénéficiez d'un essai gratuit*

Un conseiller va vous appeler et vous proposer dès aujourd'hui une stratégie qui paye.

*PS ne tardez pas, cette offre est uniquement valable cette semaine.

Le copywriting a donc un but de vendre et contrairement à la rédaction d'un article de blog, le copywriter suit un formulaire de rédaction bien défini.

La traduction

La traduction est une autre activité assez demandée dans plusieurs domaines. Sur internet, de nombreux grands sites qui ont atteint leur limite en matière de trafic se mettent à traduire leurs articles en d'autres langues pour gagner plus de visiteurs. La traduction est un levier de croissance pour eux, dans la mesure où ils peuvent s'adresser à de nouveaux prospects.

Dans la même logique, les sites de e-commerce voudront traduire leurs fiches produits en plusieurs langues pour faire plus de ventes.

Les manuels utilisateurs pour les nouveaux produits doivent aussi être traduits en plusieurs langues.

Les traducteurs sont donc très recherchés, notamment les freelances.

En tant que freelance, vous pourrez aussi travailler pour des agences de traductions. L'avantage est que vous n'aurez pas à trouver de nouveaux clients, elles s'en chargent. De nombreuses agences investissent les sites de freelancing tels qu'Upwork pour recruter leurs traducteurs.

Une formation ou une certification pour se distinguer

L'obtention d'une accréditation prouve que vous avez les compétences requises pour traduire ou interpréter professionnellement. De nombreuses universités ou formations en ligne proposent des certifications. En France, le centre de formation Ci3m propose une [certification](#) pour les traducteurs professionnels anglais-français.

Le graphisme

Un graphiste crée des visuels à la main ou à l'aide de logiciels, pour communiquer des idées qui inspirent, informent ou captivent le consommateur. Ils développent la mise en page et la conception de l'aspect graphique de publicités, de brochures, de magazines, etc.

Les graphistes associent l'art et la technologie pour communiquer des idées par le biais d'images. Ils peuvent utiliser une variété d'éléments de conception pour obtenir des effets artistiques ou décoratifs.

Voici quelques points importants pour un graphiste à succès.

Utiliser les dernières technologies

Le graphisme fait partie des métiers freelances les plus exigeants. Cela nécessite des logiciels professionnels utilisant les dernières technologies du secteur. Le graphiste doit s'assurer qu'il utilise les bons programmes. Un logiciel obsolète ne fera que compliquer son travail, dans un milieu qui est très concurrentiel.

Prenez le temps de déterminer exactement quels programmes sont nécessaires dans votre domaine. Vous voudrez probablement des programmes de conception les plus robustes si vous voulez attirer une clientèle de haut niveau.

En plus de disposer de logiciels de conception les plus récents et les plus performants, le graphiste doit vraiment savoir comment les utiliser. Alors lancez-vous dans les documentations ainsi que les forums pour apprendre toutes les fonctionnalités des outils que vous utilisez.

Se former continuellement

Un designer ne doit pas se reposer sur ses lauriers. Non seulement les logiciels de conception évoluent, mais le design lui-même évolue. On suit des tendances auxquelles il faut s'adapter.

Il existe de nombreuses communautés de graphiste en ligne comme celle de kob-one.com. Elles permettent d'accéder à une pléthore de conseils pratiques. Même les débutants peuvent s'initier aux techniques les plus avancées pour réaliser des œuvres très attrayantes.

Il y a aussi bon nombre de tutoriels avec lesquels vous pourrez toujours apprendre de nouvelles techniques de conception. Il convient de rechercher de nouveaux styles et des tendances innovantes et de les adopter.

Le graphiste dispose donc d'innombrables ressources pour se remettre à niveau ou apprendre de nouvelles choses.

Créer son portefeuille

Il est important pour un graphiste débutant ou confirmé de présenter son portefeuille sur ces profils au niveau des plateformes de micro-service ou sur son site web. Cela permet à vos prospects d'avoir une idée de votre talent et de votre manière de concevoir.

Mais que faites-vous si vous êtes débutant et que vous n'avez encore pas encore travaillé sur un projet ? Dans ce cas, vous pouvez créer vos propres projets et travailler là-dessus. Par exemple, vous concevez le logo de votre site web. Faites-le alors de manière très soignée de façon à pouvoir montrer cela plus tard à un potentiel client.

Une autre alternative consiste à concevoir gratuitement, pour vos amis par exemple, des logos

ou interfaces utilisateurs pour leurs projets. Vous enrichissez ainsi votre portefeuille.

Créer son site web

Le graphiste a davantage besoin de son propre site que les autres freelances. Sur les plateformes comme Upwork ou Fiverr, la présentation de votre portefeuille peut être restreinte, car vous utilisez les outils de plateforme. Cependant, sur votre propre site web, vous avez la liberté de présenter votre travail de la manière qui vous convient. Cela met plus en valeur vos différentes œuvres.

L'avantage de créer votre propre site est qu'il vous permet vraiment de montrer votre capacité de création. Au fur et à mesure que vous travaillez sur des projets, mettez à jour votre site.

Le site web permet aussi aux clients de vous trouver à partir des moteurs de recherche tels que Google. Et dans ce cas, vous ne paierez pas les frais que prélèvent les plateformes de micro-service. Attention cependant à ne pas rediriger vos clients sur votre site à partir des plateformes de freelancing. Cela peut vous valoir une suspension de votre compte.

Le montage vidéo

Les monteurs de vidéos manipulent des images qui divertissent ou informent un public. Ils couvrent un large éventail de niches : émissions de télévision, films, clips, documentaires ou actualité.

Les monteurs prennent des images filmées par les caméramans pour créer un produit final pour les consommateurs. Il arrive qu'ils collaborent avec les producteurs et les réalisateurs. Les monteurs peuvent aussi être amenés à créer des images de synthèse à partir de logiciels sophistiqués de conception.

Si vous possédez déjà des compétences en matière de montage vidéo ou si vous avez la conviction que ce métier est fait pour vous, vous pouvez mettre vos compétences à profit. Faire carrière en tant que monteur vidéo indépendant peut être très assez difficile, mais si vous avez les compétences nécessaires, cela peut être très rentable.

Un métier très exigeant

Le montage vidéo est une niche très exigeante et requiert que vous fournissiez un service de qualité. Vous devrez donc développer vos compétences en

matière de montage. Si nécessaire, inscrivez-vous à des formations en ligne ou hors ligne pour mieux comprendre les rouages du métier.

Néanmoins, la meilleure façon d'apprendre le montage vidéo est de le pratiquer. Cela implique de se procurer un programme de montage et de se mettre au travail.

Gardez à l'esprit qu'une bonne compréhension de l'ensemble du processus de réalisation d'une vidéo ne fera qu'améliorer vos compétences en tant que monteur. D'autres compétences comme, la réalisation, l'éclairage et l'audio vous seront aussi utiles pour un montage réussi.

Il existe de nombreux tutoriels et formations en ligne sur les différents outils dont vous aurez besoin pour mener à bien les projets de montage vidéo qui vous seront confiés.

Utiliser les bons logiciels

Il existe bon nombre de logiciels d'édition de vidéo. Mais sachez que le logiciel n'a pas autant d'importance que ce que vous êtes capable de faire avec lui. Il existe des logiciels bien connus de l'industrie que vous devez connaître tel que **Final Cut**

Pro X, ou **Adobe Première Pro CC**. Ce sont des programmes assez coûteux, mais bien appréciés des professionnels.

D'autres applications comme Lightworks ont des versions gratuites qui vous permettent de vous familiariser aux différentes fonctionnalités du logiciel.

Si vous ne pouvez pas vous permettre d'acheter un logiciel de montage, vous pouvez tout de même obtenir un résultat professionnel avec iMovie ou Windows Movie Maker pour Mac et PC. L'utilisation de ces programmes moins avancés peut vous aider à prendre confiance et travailler avec des clients à petit budget, le temps de passer au niveau supérieur.

Bâtir son réseau de clients et de professionnels

Avec le montage vidéo, il faudra vous vendre un peu. En dehors de votre site web, il existe plusieurs façons d'utiliser les réseaux sociaux pour vous aider à décrocher de nouveaux contrats. Tout d'abord, en créant des pages sur les différents médias sociaux, vous aurez l'air beaucoup plus professionnel.

Il y a aussi des groupes Facebook pertinents auxquels vous pouvez joindre pour rencontrer d'autres professionnels. Si vous êtes actifs dans un groupe de

qualité, cela peut vous aider à trouver de potentiels clients ou collaborateurs.

Vous pouvez aussi trouver du travail en tant que freelance près de chez vous. N'hésitez pas à contacter les entreprises de montage pour leur proposer des services. Il y a de fortes chances que l'une d'entre elles cherche justement un monteur vidéo.

La correction de texte et l'édition

Les correcteurs freelances peuvent assumer de nombreux rôles, de la simple correction de texte à une reformulation complète sur différentes niches. Plus de 2 millions d'articles sont publiés sur internet tous les jours. Pour les sites qui tiennent à produire du contenu de qualité, la relecture et l'éventuelle correction des articles sont une étape importante avant leur publication. Les correcteurs et éditeurs indépendants sont ainsi très recherchés.

Qu'est-ce qu'une édition et une correction ?

On confond souvent ces deux notions. En réalité, il s'agit de deux étapes très différentes du processus de publication de contenu. L'édition a lieu avant la correction. Il peut s'agir d'un gros travail si le texte

initialement rédigé est de mauvaise qualité. Elle comprend la restructuration des phrases, la suppression de certaines parties impertinentes si nécessaire et le fait de s'assurer que sa lecture est bien fluide.

La correction ou relecture en revanche, est la dernière étape. Elle consiste à passer minutieusement le contenu au peigne fin à la recherche de fautes d'orthographe, de grammaire et de ponctuation. C'est la dernière étape avant la publication du texte.

Comment devenir correcteur freelance ?

Il n'existe pas de diplôme particulier ou de formation spécifique pour devenir un correcteur ou éditeur à succès. Cependant, une formation, un diplôme ou une certification en la matière peut être d'une grande aide.

Toutefois, il est évident qu'un bon niveau en français est nécessaire : grammaire conjugaison, structure de phrases et bon sens. Si votre client découvre des fautes sur un texte que vous avez déjà corrigé, ce ne sera pas de bon augure pour la suite.

Vous devez également avoir certaines compétences sur le numérique, notamment pour le traitement de

texte. Les principaux éditeurs de textes sont à maîtriser pour mener à bien les missions de corrections qui vous seront confiées.

Certains clients voudront une correction en « mode suggestion ». C'est-à-dire corriger de telle sorte qu'il puisse voir les changements que vous avez apportés au document. Cet outil est donc indispensable pour le correcteur freelance.

Si vous êtes rédacteur en chef pour un site web, il est important de maîtriser le CMS qui est utilisé. Wordpress est le CMS le plus répandu.

Aimer lire

Cela est une évidence pour le correcteur, car c'est la lecture est le cœur de son travail. Si la lecture est une passion chez vous, vous n'aurez aucun mal à passer des heures à lire et corriger de textes.

En outre, l'avantage de la lecture est que plus vous lisez, plus vous améliorez vos compétences linguistiques. Donc avec le temps, vous devenez un meilleur correcteur. La preuve en est que les personnes âgées font de meilleurs correcteurs.

Assistance virtuelle

Un assistant virtuel offre divers services à distance aux entrepreneurs ou aux entreprises. Il s'agit souvent de tâches de marketing numérique. Vous pouvez proposer un micro-service d'assistant virtuel avec pratiquement n'importe laquelle des compétences que vous avez :

- Gestion de profils de réseaux sociaux
- Gestion d'événements (webinaires, forums, etc.)
- Répondre à des prospects par email ou par chat en ligne
- Préparation de rapports
- Réservation d'hôtels
- Gestion de site web (mises à jour, publication d'articles, etc.)

L'assistance virtuelle peut donc rassembler tous les types de micro-services.

Les assistants virtuels ont gagné de l'importance, à mesure que les entreprises ont de plus en plus utilisé Internet pour leurs gestions en interne. Étant donné qu'un assistant virtuel est indépendant, l'entreprise pour laquelle il travaille n'a pas à assurer les obligations qu'elle aurait vis-à-vis d'un employé à temps plein.

En outre, l'assistant virtuel travaille depuis n'importe où, il n'est donc pas nécessaire d'avoir un bureau au sein de l'entreprise. Le télétravail est d'ailleurs fortement recommandé de nos jours, notamment pour réduire les bouchons en villes et par conséquent la pollution de l'air.

Compétences en assistance virtuelle

Comme pour tout type de micro-service, l'assistance virtuelle nécessite diverses compétences en marketing. Bien que certaines tâches d'une entreprise puissent être externalisées, cela ne signifie pas pour autant qu'elles ne sont pas importantes. En tant qu'assistant virtuel, on pourra vous confier des missions clés telles qu'une planification stratégique, la comptabilité, les services à la clientèle, le marketing, etc.

Pour trouver les services que vous pourrez offrir au client, il est important de définir vos compétences. Alors, comment déterminer votre expertise, en tant qu'assistant virtuel ? Commencez par créer une **liste** de ce que vous pouvez offrir au client. Si vous maîtrisez un CMS en particulier comme WordPress, vous pourrez proposer par exemple aux entreprises de gérer leur site web ou blog.

Trouver une niche

Une niche est un marché restreint dans un secteur en particulier. Par exemple, offrir un service de gestion de sites web est un service général. Mais offrir un service de gestion de sites sous WordPress est un service de niche. Si un client cherche un assistant virtuel pour son site qui tourne sous WordPress, il optera certainement pour un service de niche. Une niche vous permet de gagner plus rapidement vos premiers clients en tant qu'assistant virtuel, bien que cela réduise le nombre de vos prospects.

Se lancer sur les marketplaces

Les plateformes de micro-services constituent l'un des meilleurs outils pour les assistants virtuels. Ils sont l'un des moyens parmi les plus efficaces de proposer vos services. Prenez donc le temps de créer vos profils freelances sur des plateformes comme 5euros et Upwork.

Si comme 5euros la plateforme que vous choisirez vous permet de créer plusieurs micro-services, il serait intéressant de proposer plusieurs services d'assistance de niche. Par exemple, dans un micro-service, vous proposez une assistance sur WordPress, dans un autre, vous proposez une assistance email

(réponse aux emails et chat en ligne). De ce fait, un client cherchant un service de niche trouvera plus facilement vos services, malgré la concurrence.

Développement informatique

L'une des compétences les plus importantes à acquérir aujourd'hui est d'apprendre à coder un programme informatique. Les ordinateurs sont maintenant présents dans tous les secteurs d'activité. Toutes sortes d'applications sont développées pour nous rendre la vie plus facile. Et derrière ces logiciels, il y a des développeurs informatiques.

Un développeur freelance travaille sur différents projets avec plusieurs clients. Ses missions peuvent aller de la création de sites web à la résolution de problème complexe, en passant par la création de logiciels et d'applications.

En plus de choisir les projets sur lesquels il souhaite travailler, en fonction de ses compétences et de ses intérêts, un développeur indépendant peut également travailler sur ses projets personnels. En entreprise, bien souvent, on ne dispose pas d'assez de temps pour matérialiser ses propres idées et innovations.

Compétences requises

Pour maximiser vos revenus en tant que développeur indépendant, il vous faudra de solides compétences techniques, combinées à des compétences en marketing pour vous faire connaître.

Langage de programmation

Le développement informatique est une activité exigeante, qui nécessite de se former continuellement aux nouvelles technologies. Pour travailler avec les plus gros clients, il faut d'abord apprendre le codage. Contrairement à de nombreux autres domaines, vous ne pouvez pas lancer un micro-service de développement sans avoir les compétences techniques requises.

Il existe des centaines de langages de programmation. Essayer de les apprendre tous serait certainement peu rentable et probablement impossible. C'est pourquoi il est important de se concentrer sur certains des langages les plus convoités du moment.

Cependant, les langages de programmation les plus populaires ne sont pas toujours les plus lucratifs. Par exemple, le **PHP** est utilisé par environ 80 % de tous

les sites web dans le monde, WordPress est codé dans ce langage. Par contre, les développeurs en PHP gagnent en général moins que les programmeurs en **Java** ou **Python**.

Suivre des formations

Si vous souhaitez suivre des cours en ligne, voici quelques-unes des ressources les plus populaires :

- Openclassrooms : une référence en France pour les formations en IT
- Codecademy : plus de 45 millions d'apprenants.
- Coursera : cours en ligne avec certification réputée
- Freecodecamp : des milliers de vidéos, d'articles et de leçons de codage
- Udemy : plus de 100 000 cours et 24 millions d'étudiants.

Trouver une niche

Dans le monde du freelancing, il y a des généralistes et des spécialistes. Un développeur connaissant plusieurs langages de programmation peut généralement travailler sur des projets peu complexes et peu lucratifs. Car il peut ne pas être considéré comme un expert.

Un spécialiste, par contre, connaît les rouages d'un langage de programmation en particulier et sait s'en servir pour **résoudre des problèmes** complexes pour ses clients.

L'avantage que vous avez à vous spécialiser est que vous pourrez augmenter vos tarifs à la hauteur de la valeur ajoutée que vous offrez au client. Voici quelques micro-services de niches que vous pourrez offrir :

- Développement d'applications mobiles
- Codage de plugins et de thèmes WordPress
- Optimisation de sites web
- Résoudre les problèmes de CSS et JavaScript.

Gestion de réseaux sociaux (Community manager)

Le community manager est un intermédiaire entre une marque et la communauté d'internautes qu'elle vise à fidéliser. C'est un ambassadeur de la marque, il s'engage auprès des clients potentiels et établit des relations avec eux.

Un community manager crée et partage du contenu sur les réseaux sociaux. Par ce biais, il invite les

prospects à communiquer avec la marque et discuter avec d'autres fans. Ses tâches peuvent être diverses : gestion du calendrier de publication, publication d'articles, analyses des statistiques, etc. Il peut aussi jouer le rôle de modérateur dans un forum ou groupe de discussion.

Avantages du community management

Presque toutes les marques à succès font appel à des community managers pour gérer leurs différentes pages. Les community managers leur permettent de maintenir une bonne image sur les réseaux sociaux. En acquérant une meilleure compréhension d'un public et de ce qu'il veut, les marques ont plus de chances d'attirer de nouveaux clients et de conserver les clients existants.

Les réseaux sociaux sont aussi le lieu où les clients sont le plus susceptibles d'exprimer de vraies émotions, cela permet aux marques d'avoir un véritable aperçu de la façon dont leurs clients réagissent. C'est aussi un canal de marketing efficace pour réaliser plus de vente.

Dans certains domaines comme le **SaaS**, le contact entre un client et le service client est nécessaire. Les community managers peuvent ainsi faire partie

intégrante de l'entreprise, dans la mesure où ils peuvent résoudre des problèmes techniques pour le client.

Compétences requises

Le métier de community manager requiert un certain nombre de compétences, pour interagir intelligemment et efficacement avec n'importe quelle communauté.

La communication

C'est une évidence. Un bon community manager doit être un bon communicant. Cette activité ne consiste pas seulement à publier des articles créatifs ou attrayants, mais aussi à prendre en compte ce que disent les fans et prospects. Leurs différentes réactions et leurs feedbacks peuvent servir pour l'élaboration des futures publications.

Vos aptitudes relationnelles dans la vie peuvent être d'une grande aide dans l'établissement d'un climat de confiance entre les suiveurs et la marque pour laquelle vous travaillez.

Un bon community manager doit pouvoir s'identifier au prospect et savoir lui répondre d'une manière qui

reflète les valeurs et l'identité de la marque et non pas par rapport à ses propres convictions. Il est donc important d'avoir en tête à tout moment la politique de la marque, pour communiquer dans les réseaux sociaux.

Lorsque la marque reçoit un avis ou un commentaire négatif, le community manager doit pouvoir répondre objectivement, sans se disputer sur les réseaux sociaux. C'est valable également pour les chats en ligne ou les emails.

Compétences organisationnelles et d'analyse de données

Le community manager travaille en grande partie dans le domaine de la communication sur les réseaux sociaux, mais il doit également avoir la capacité de gérer une charge de travail conséquente.

Avec de multiples plateformes à suivre, il est important de se tenir au courant de la façon dont les communautés réagissent en temps réel, en utilisant des outils d'analyse, pour mesurer les indicateurs clés tels que la portée, le trafic et l'engagement. Toutes les plateformes sociales populaires disposent d'outils d'analyse avancés pour vous aider.

Voix off

La voix off est essentiellement l'emploi de la voix dans la réalisation de vidéos, de films, de théâtre, etc. Une voix off est généralement lue à partir d'un script. Aujourd'hui, la voix off est très utilisée dans les documentaires, les films, les jeux, les annonces, etc. Il y a donc un large éventail de possibilités pour les freelances voulant se lancer à cette activité.

Les opportunités de la voix off

La voix off fait partie des métiers qui ne nécessitent pas d'avoir une qualification professionnelle. Les comédiens voix off sont avant tout des **artistes**. On parle donc plus de **talent** que de compétences. De nombreux artistes voix off de renom ont commencé sans aucune qualification professionnelle et ont réussi à s'imposer dans le secteur, grâce à leur créativité et à leur expérience.

Aujourd'hui, de nombreuses entreprises, ou professionnels indépendants recherchent des artistes voix off talentueux. Bien que la voix off ne soit pas un métier très connu, il existe quelques certifications que l'on peut obtenir. Une certification comme celle de [Certificationprofessionnelle.fr](https://www.certificationprofessionnelle.fr) vous permettra très

certainement de vous démarquer par rapport à vos concurrents.

On peut néanmoins réussir à vendre ses micro-services de voix off sans aucune certification. Pour commencer, créez des échantillons, que vous ferez écouter à vos premiers clients, cela leur donnera une idée de votre talent, surtout si vous n'avez pas encore de portefeuille.

Les exigences de la voix off

Un artiste de la voix doit posséder un certain nombre de compétences. Chacune d'entre elles joue un rôle essentiel pour une prestation de qualité.

La clarté de la voix

Par clarté, on entend votre habileté à prononcer chaque mot de manière claire, sans un marmonnement. Si vous n'êtes pas capable de parler avec clarté, vos chances, en tant que freelance, seront réduites. L'artiste voix off est donc, avant tout, un bon narrateur.

La propreté des enregistrements

Lorsque l'on parle de propreté, on fait allusion à la capacité du comédien à parler avec un minimum de bruits de bouche. Ces derniers affectent la clarté, qui, vous le savez, est fondamentale pour une bonne prestation. Les artistes expérimentés ont plusieurs astuces pour faire moins de bruits gênants : une fréquente hydratation, le chewing-gum, les sprays-gorge, etc.

On utilise aussi des logiciels tels qu'Audacity, pour supprimer les bruits après l'enregistrement.

Un équipement professionnel

Il n'est pas envisageable d'enregistrer vos travaux avec votre smartphone. Vous devez disposer d'un équipement adéquat. Voici le matériel essentiel dont vous avez besoin.

Microphone et ses accessoires

Vous avez besoin d'un bon microphone pour enregistrer le son de votre voix. Le microphone est essentiel, car il aura un impact important sur la qualité de votre prestation. Essayez d'acheter un **microphone avec un condensateur à diaphragme** de grande taille, en fonction de votre budget.

En plus du micro, vous avez également besoin d'un filtre anti-pop. Les microphones étant très sensibles, ils capteront les sons indésirables que vous produisez. Cette qualité deviendra un défaut, car il créera des bruits gênants dans votre enregistrement. Le filtre pop dissimulera ces bruits indésirables.

Vous avez également besoin d'une monture antichoc. Ce dispositif vous permet de suspendre votre microphone à l'aide d'un système de fixation, en plastique par exemple. Ce système éliminera les vibrations et les bruits que le microphone captera lors de la manipulation.

Vous pouvez aussi vous procurer un support de microphone pour que l'appareil reste dans une position fixe.

Casques d'écoute

Il est indispensable de disposer d'un casque d'écoute professionnel, pour réécouter vos enregistrements. Les écouteurs fermés sont un must.

Logiciels d'enregistrement

Les enregistrements se font bien sûr à l'aide de logiciels professionnels. Le plus populaire est

Audacity. Kristal Audio Engine et Waveshop sont aussi des outils professionnels et pleins de fonctionnalités.

Saisie de données

La saisie de données est le processus d'enregistrement d'informations dans un ordinateur, à l'aide d'un clavier. C'est donc un processus de numérisation. Les entreprises qui se spécialisent dans les recherches liées à l'intelligence artificielle ont souvent besoin de numériser des données, pour que les ordinateurs puissent les traiter.

La saisie de données requiert peu de connaissances techniques, mais il faudra apprendre à travailler vite. Pour proposer un micro-service de saisie de données, vous devez au préalable être capable de taper très rapidement et avec le minimum d'erreurs.

Comme il y a un volume important de données à entrer dans les bases de données, il est important de pouvoir taper sans regarder le clavier pour aller plus vite. Sans cette habileté, la saisie de grandes quantités de données risque d'être chronophage. La plupart des entreprises qui font appel aux freelances s'attendent à ce que leur vitesse de frappe soit d'au moins 60 mots par minute. Plus vous saisissez vite, plus des projets s'offriront à vous.

Il existe des tutoriels, pour vous aider à taper plus rapidement, sans regarder le clavier.

Connaître les logiciels de traitement de texte

Il est aussi indispensable de maîtriser les logiciels de base de traitement de texte :

- Microsoft Word, Google docs ou Libre office
- Excel
- PowerPoint

Certaines entreprises utilisent d'autres logiciels spécialisés dans la saisie de données, donc une petite formation peut s'imposer.

Retranscription de textes

Voici un micro-service que vous pouvez lancer dès maintenant, sans avoir de compétences préalables. Vous pouvez commencer à travailler à domicile dès à présent, si vous disposez d'un ordinateur. Toutefois, un casque d'écoute fermé de bonne qualité sera nécessaire, pour une prestation de qualité. Une formation peut aussi vous aider.

La transcription est le processus par lequel la parole enregistrée est convertie en un document écrit. La transcription permet de rendre un programme audio, comme un podcast ou une émission radio, plus accessible aux personnes sourdes et malentendantes. Elle est aussi utilisée pour le sous-titrage des vidéos.

Les médias y ont recours très souvent, pour convertir une interview ou un discours en articles rédigés.

Les types de transcription

Il existe principalement deux types de transcription : la transcription corrigée et la transcription mot à mot ou verbatim.

La transcription verbatim reprend tout le discours du locuteur. Les mots de remplissage, les fautes, ainsi que les lapsus, sont inclus dans la transcription.

Par contre, la transcription corrigée restitue le discours proprement, en corrigeant les éventuelles fautes. Les mots de remplissage ne sont pas repris. Cette pratique est utilisée pour les interviews ou autres discours relayés par les médias.

Il faudra faire cette distinction auprès de vos clients.

Devenir un transcripteur à succès

Se former

Nous sommes d'accord sur le fait que vous pouvez lancer dès à présent un micro-service de transcription. Mais suivre une formation vous permet de prendre ce métier plus au sérieux. Si vous voulez vous distinguer des autres transcripteurs, vous voudrez peut-être commencer par apprendre les rouages du métier.

Envisagez de vous joindre à un forum de transcripteurs tel que celui de [ProZ](#). Vous y découvrirez une foule d'informations utiles et des astuces de transcription de professionnels chevronnés, qui gagnent bien leur vie.

Améliorer la vitesse de votre saisie

Plus vous taperez vite, plus vite vous terminerez vos missions et par conséquent, vous gagnerez plus d'argent. Si vous tapez déjà environ 40 mots par minute sur un clavier, vous êtes bien parti. Mais il faudra vous exercer à taper plus vite. L'idéal serait de pouvoir taper 60 mots par minutes. À ce rythme, beaucoup de clients préféreront vos micro-services en raison de la rapidité de votre prestation.

La grammaire est importante

La transcription est un travail de rédaction. Les exigences d'un rédacteur s'appliquent donc à cette activité. Il est important de restituer vos textes avec le moins de fautes grammaticales possible. Si le client envisage de publier votre travail sur Internet et qu'il y a trop de fautes, il va peut-être devoir le faire corriger, ce qui lui fera des coûts supplémentaires.

Efforcez-vous donc d'améliorer votre grammaire et vos compétences en communication écrite. Les bons transpositeurs sont aussi de bons rédacteurs.

Une excellente capacité d'écoute

Votre capacité d'écoute vous permettra de formuler les phrases dans votre tête, avant de les écrire. Vous devrez vous entraîner à écouter attentivement, pour entendre ce que vous devez transcrire. Vous serez également confronté à des enregistrements comportant du bruit de fond. Dans ce cas, une bonne ouïe sera utile également.

Des logiciels de transcription pour vous aider

Des solutions existent pour vous aider à livrer vos travaux plus rapidement. Consultez **Express Scribe**

et **Inqscribe**, qui vous permettent de créer des raccourcis sur votre clavier. Vous pouvez aussi les utiliser pour mettre en pause, arrêter ou ralentir le son à votre convenance.

Il existe aussi des logiciels de transcription automatique. L'un des plus performants que nous avons trouvé est cet [outil](#) gratuit développé par IBM. Néanmoins, le résultat fourni est loin d'être parfait, il faudra donc complètement reprendre le texte pour le corriger, ce qui peut s'avérer chronophage.

Comment fixer vos tarifs intelligemment ?

Beaucoup de freelances se lancent sur le marché du gig pour ses avantages : la liberté de travailler sur des projets qui leur plaisent et la flexibilité des horaires. Mais cela n'est pas vraiment possible à long terme s'ils ne sont rentables.

Si vous avez déjà un salaire au moment de vous lancer, le passage d'un revenu fixe régulier au choix de vos propres tarifs peut être un défi, dans la mesure où il n'y a pas de tarif plafond ou plancher. En effet, il ne faudra pas offrir vos micro-services à des prix trop bas, mais pas trop onéreux non plus, au risque de prendre de nombreux clients potentiels.

Alors, comment trouver les tarifs idéaux pour vos micro-services ?

Prendre en compte des frais et des tâches non facturables

Il est important de prendre en compte tous les frais de fonctionnement inhérents à la prestation de votre service. Par exemple, supposons que vous ayez déniché un contrat de 5000 € sur Upwork, pour la création d'une application mobile. C'est une belle

vente ! Mais si par la suite vous devez acheter des API premium coûtant 2000 \$ et que la plateforme de freelancing retient 20 % de frais, vous ne gagnerez en réalité que 2000 €.

Il convient donc d'estimer le véritable coût d'un projet à moyen ou long terme, pour pouvoir donner le devis idéal à votre client. Pour maximiser vos profits, réduisez les dépenses inutiles pour ne payer que les outils qui améliorent la qualité de votre travail, ou vous font gagner du temps. C'est là, la clé de la rentabilité.

Dans certains cas, il faut prendre en compte les tâches non facturables, par là on entend les tâches incontournables que vous ne pourrez pas facturer à votre client : réponse aux emails, appels téléphoniques, etc. Dans un projet dont vous savez qu'il sera très interactif, il faudra faire une estimation du nombre d'heures passées en communication avec votre client et prendre ça en compte sur votre devis.

Sur les sites de freelancing, où le client peut passer directement sa commande sans discussion au préalable (5euros, Fiverr), les options vous permettent de prévoir certaines éventualités et inviter les clients à payer pour des « extras » inhérents au projet.

Augmenter ses tarifs avec l'expérience

Dans certains domaines, l'expérience est un atout fort, c'est le cas notamment du développement informatique. Les tarifs que vous proposez aujourd'hui ne seront certainement pas ceux que vous offriez dans quelques années. Votre potentiel de rémunération augmente, à mesure que vous acquérez de l'expérience et que votre portefeuille s'enrichit.

Au fur et à mesure que vous apprendrez de nouvelles compétences à travers vos projets, vous pourrez proposer plus de micro-services et toucher plus de prospects.

Se faire une idée des tarifs de vos concurrents

N'hésitez pas à faire des recherches sur Internet afin de voir ce que gagne un freelance offrant les mêmes services que vous. De nombreuses plateformes de freelances ont mené des études pour vous aider à déterminer vos tarifs idéaux. Il faudra cependant prendre en compte votre niveau d'expérience, ainsi que vos réelles compétences.

Une autre façon de rechercher les tarifs moyens consiste à examiner les tarifs de vos concurrents. Il

ne faut cependant pas appliquer directement leurs tarifs sur vos micro-services. Si vous proposez des tarifs dignes d'un professionnel ayant un riche portefeuille dès le départ, vous risquez de ne pas **décrocher vos premiers clients**.

Mais c'est intéressant de comparer leurs tarifs avec les moyennes que vous avez trouvées dans vos recherches. Si leurs prix sont plus élevés, demandez-vous si la raison en est une grande expérience et un solide portefeuille. Le but est de proposer un tarif pas trop faible, mais assez compétitif pour convenir à des clients à budget moyen.

Sur les plateformes de micro-services, vous pourrez plus facilement modifier vos tarifs. Si vous avez du mal à trouver vos premiers clients, n'hésitez pas à diminuer vos tarifs progressivement.

Tarif horaire ou tarif par projet, que choisir ?

Sur Upwork, vous avez le choix de travailler au tarif horaire, ou par projet. La tarification horaire revient à utiliser un outil qui enregistre le nombre d'heures que vous passez à travailler sur un projet, le client vous paiera en proportion. Avec la tarification par projet, vous définissez avec votre client un montant fixe pour l'ensemble du projet.

S'il n'y a pas de méthode de tarification idéale pour un freelance, chacune a ses avantages et ses inconvénients.

Tarification par projet

Les avantages

- Potentiel de gain plus élevé sur les gros projets.
- Orientation vers un résultat final de qualité.
- Plus de flexibilité, vous travaillez plus librement.
- Possibilité de facturer les clients en fonction de leurs moyens.

Les inconvénients

- Vous pourrez travailler plus que prévu sans être rémunéré pour le surplus.

Tarification horaire

Les avantages

- Vous êtes payé pour les heures supplémentaires imprévues.

- Plus flexible pour le client qui paie progressivement, au fur et à mesure que le projet avance.
- Idéal pour les projets à durée indéterminée.

Les inconvénients

- Gain limité même pour les plus gros projets.
- Moins flexible, vous utilisez un outil qui enregistre le travail effectué.

En fonction des projets, l'une ou l'autre des méthodes de tarification conviendra plus. Par exemple, si un client vous présente son projet de site e-commerce avec lequel il envisage de faire 300 000 euros de ventes, il serait dommage d'y travailler sur une base horaire. Il faut dans ce cas le facturer sur la base de la valeur de son projet.

Par contre, pour les projets à long terme comme de la rédaction pour une agence dédiée, la tarification horaire conviendrait mieux.

Que faire si le client veut négocier vos tarifs ?

Que ce soit sur Upwork ou Fiverr, vous aurez des clients qui ne veulent pas passer leur commande directement, mais vous demanderont de leur accorder une réduction.

La première chose à vous demander, c'est si vous êtes prêt à négocier. Si les tarifs que vous proposez sur la plateforme sont tout juste acceptables, une réduction ne sera sans doute pas envisageable, à moins que vous n'ayez pas encore fait de ventes sur vos micro-services.

Mais si vous avez fait quelques prestations et reçu des avis positifs, il est important de ne pas réduire vos tarifs à chaque fois qu'un client en fait la demande. Vous risquez de limiter en conséquence la qualité de votre prestation.

Dans tous les cas, voici des situations où une réduction de vos prix peut s'avérer stratégique et bénéfique pour la suite de votre carrière en tant que freelance :

- Les projets sont très intéressants et seraient un excellent ajout à votre portefeuille
- Le client est une marque ou un site bien connu (vous pourrez ajouter sur votre profil que vous travaillez pour lui)
- Le client est potentiellement un acheteur régulier qui fera appel à vos services à long terme.

Avec l'expérience, vous apprendrez plus facilement à proposer le tarif idéal à vos clients. Vous développerez une intuition pour faire la différence

entre les gros projets de ceux sans beaucoup d'importance et donner le prix adéquat.

Comment décrocher ses tout premiers contrats de micro-service ?

Il n'est pas évident de gagner des clients dès le départ sur les plateformes de micro-services, encore moins sur votre propre site. Pourtant, c'est une étape cruciale pour vous lancer à plein temps en tant que freelance.

Voici quelques astuces pour vous aider à faire décoller votre entreprise de micro-service.

Partagez vos micro-services sur les réseaux sociaux

Sur Fiverr, dès que vous créez un nouveau gig, la plateforme vous encourage à le partager sur vos différentes pages de réseaux sociaux. Il s'agit en effet d'un moyen rapide et gratuit de faire découvrir vos micro-services. Des boutons partage sont déjà intégrés au site.

L'avantage, c'est que la famille et les amis sont plus susceptibles d'acheter vos micro-services, si l'un d'entre eux les intéresse. Ainsi, ils peuvent compter parmi vos premiers clients et vous recevrez facilement vos premiers avis positifs.

Peut-être que votre frère ne va pas vous payer pour un nouveau site web, mais il pourrait bien connaître quelqu'un qui en a besoin. Donc, dites à vos amis et à votre famille ce que vous faites et quel type de personnes ou d'entreprises vous pouvez aider. Demandez-leur de partager vos micro-services à toute personne qu'ils connaissent et qui pourrait en bénéficier.

Investissez donc tous les réseaux sociaux pour parler de vos micro-services : Facebook, Twitter, Instagram, etc.

Rejoindre des groupes Facebook

Une autre façon d'utiliser les réseaux sociaux pour trouver des clients est de rejoindre des groupes Facebook dans votre niche.

- Trouvez des groupes dans votre niche et rejoignez-les.
- Après confirmation des admins, passez un peu de temps à lire les règles du groupe afin d'éviter les comportements qui peuvent vous faire exclure du groupe.
- Présentez-vous au groupe en expliquant comment vous pouvez aider vos prospects avec vos micro-services (si c'est permis)

- Soyez utile en répondant aux questions que se posent les membres. Cela vous permettra d'établir des relations avec d'autres freelances et prospects.

Avec le temps, vous serez très sollicité et cela ne fera qu'augmenter vos chances de vendre vos micro-services.

Cette approche fonctionne sur des forums tels que Reddit.

Créer son portefeuille

Votre portefeuille est très important, il permet à vos prospects de vous faire assez confiance pour acheter vos micro-services. Mais vous vous demandez comment créer son portefeuille sans clients !

Il est en fait possible de créer son portefeuille sans avoir de clients, en travaillant gratuitement ! Si vous êtes graphiste par exemple, créez un logo professionnel pour un ami qui lance son site web. Il se peut qu'il fasse appel à vos services plus tard, en tant que client payant cette fois.

Créer votre propre site web est le meilleur moyen de montrer vos compétences ou vos talents. Si vous êtes

développeur web, cela vous permet déjà de montrer ce que vous pouvez faire.

Vous devrez être en mesure de montrer vos compétences à votre premier client payant et donc, faire un peu de travail non rémunéré au tout début est un bon investissement.

Contacter les entreprises locales

De nombreuses agences de marketing et de web design sous-traitent une partie de leurs activités à des freelances. En plus de leurs employés, elles disposent en général d'un réseau de travailleurs indépendants auxquels elles peuvent faire appel.

Pour les toucher, vous pourrez avoir recours au **cold mailing** : l'envoi d'email non sollicité.

Avant de poursuivre, sachez que le cold mailing est interdit en France par le RGPD depuis 2018, mais pas si vous contactez les boîtes en tant qu'entreprise.

L'envoi d'un cold mail peut sembler gênant et intrusif, mais c'est une stratégie qui peut s'avérer efficace.

Faites une liste de clients et entreprises potentiels dans votre niche. Vous pouvez notamment utiliser Google et LinkedIn pour les trouver, puis récupérer leur email au niveau de leur site.

Élaborez un modèle de lettre qui vous impose comme un expert dans votre niche (rédacteur spécialisé, designer, artiste voix off...) et personnalisez-le pour chaque email que vous envoyez.

Le cold mailing n'est pas uniquement réservé aux boîtes locales, vous pourrez envoyer des emails à toutes les entreprises de votre niche si vous trouvez ça pertinent. S'il s'agit d'entreprises locales, cela augmente toutefois vos chances.

Explorer votre propre réseau

Il est aujourd'hui devenu très facile d'entreprendre. Avec tant de personnes qui créent leur propre entreprise et plus d'entreprises qui se tournent vers des freelances, votre entourage ne manque probablement pas d'entrepreneurs qui pourraient avoir besoin de vos services.

Votre réseau ne se limite pas à vos amis proches. Sur les réseaux sociaux, vous pouvez retrouver d'anciens camarades de classe, collègues ou patrons.

Il suffit de les contacter pour entamer une conversation. Ce sera certainement plus facile si vous êtes déjà amis sur Facebook. Ne présentez pas vos services dès le début. Prenez le temps de discuter amicalement.

Pour en venir à vos micro-services, vous pouvez leur demander où ils en sont dans leur carrière, tout en étant sincère. Ensuite, vous pouvez parler de vos micro-services et surtout de la façon dont ils peuvent les aider dans leur business. C'est une façon intéressante de nouer une relation professionnelle à long terme.

Toutes ces astuces pour décrocher vos premiers clients doivent évidemment être utilisées au début, après avoir créé vos micro-services. Mais pas seulement, car il faut tout le temps partager vos micro-services lorsque l'occasion se présente.

Comment faire la promotion de ses micro-services ?

Après avoir créé vos micro-services, il est intéressant de les booster afin de réaliser rapidement vos premières ventes. Cette étape est très importante, dans la mesure où elle vous permet d'avoir plus de commandes et améliore le classement de vos micro-services sur les plateformes, ainsi que sur internet.

Il peut être frustrant de ne pas réaliser des ventes après avoir passé du temps à peaufiner vos micro-services. Dans ce chapitre, nous vous donnons quelques astuces qui vous aideront à les promouvoir facilement, quelle que soit la plateforme de freelancing que vous avez choisie.

Faire une campagne de promotion payante

Certains freelances, à la création de leurs micro-services, les promeuvent. La promotion payante est le moyen le plus direct et le plus rapide de montrer vos services à des milliers de gens.

Tous les freelances ne se lancent pas dans l'économie du gig pour arrondir leurs fins de mois ou pour se lancer dans une nouvelle carrière. Ce sont parfois des

professionnels bien établis, qui cherchent à se diversifier.

Cela suppose qu'ils ont les moyens de se payer une promotion, ce qui peut être un bon investissement. Si vous en avez les moyens, vous aussi vous pouvez avoir recours à la promotion payante pour gagner du temps dans votre processus de développement en tant que freelance. Sinon, nous allons vous présenter quelques méthodes de promotion gratuite.

Comment promouvoir ses micro-services ?

La promotion peut revenir assez cher, dans la mesure où pour le faire correctement, il sera peut-être nécessaire d'engager un marketeur freelance spécialisé. C'est important pour ne pas dépenser inutilement de l'argent, sans avoir les résultats escomptés.

Un freelance spécialisé vous permettra d'aller plus vite, tout en augmentant vos chances de faire plus de ventes.

Quelles plateformes utiliser pour promouvoir ses services ?

En fonction de vos services, différentes plateformes peuvent convenir. Tandis que la plupart des sites de

freelancing n'offrent pas d'outils de promotion payants, les **réseaux sociaux** et **Google Ads** peuvent être une grande aide.

Passons à présent à la promotion gratuite, qui ne requiert aucun investissement financier. Il suffit d'être actif sur les réseaux sociaux et utile aux internautes.

Répondre aux questions sur Quora

Quora est une plateforme où les internautes posent des questions aux autres membres, qui y répondent. Beaucoup de questions trouvent une réponse, grâce à une communauté de plus de 300 millions d'utilisateurs. La partie anglaise du site est particulièrement riche.

Vous aussi vous pouvez participer sur cette plateforme pour répondre aux questions. Trouvez les questions qui sont plus ou moins en rapport avec vos micro-services, essayez d'y répondre de la manière la plus exhaustive possible et placez le lien vers vos micro-services de façon intelligente à la fin de votre réponse.

Lorsque vous trouvez une question à laquelle vous pouvez répondre, vérifiez auparavant les autres réponses, afin de ne pas faire doublon avec celle d'un

autre membre. Vous devez apporter votre propre contribution à la question. Si vous n'avez pas grand-chose à dire, mieux vaut ne pas publier une réponse, qui n'obtiendra sans doute aucun vote.

En général, les réponses les plus longues, avec des illustrations, bénéficient de plus de votes et attirent donc plus de trafic. Il faut jeter un coup d'œil aux autres réponses. Si elles sont courtes, essayez alors d'en écrire une plus longue. La plateforme privilégiera sans doute votre réponse sur son moteur de recherche.

Les réponses sur Quora sont aussi très relayées sur Google, la plateforme est une source non négligeable de trafic de qualité.

Partager régulièrement ses micro-services sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont incontournables pour attirer un trafic supplémentaire sur vos micro-services.

Facebook

Vous pouvez promouvoir vos micro-services de plusieurs manières sur Facebook. Vous pourrez directement partager vos services sur votre mur. Mais

comme nous l'avons déjà vu, l'une des méthodes les plus efficaces est de rejoindre un groupe lié à votre niche et d'y être actif. Participez aux discussions de manière constructive et parlez de temps à autre de vos services, sans toutefois spammer.

Pour aller plus loin, vous pouvez créer **votre propre groupe** et inviter vos amis à le rejoindre. En publiant régulièrement des informations utiles, vous inviterez les membres à participer activement et par conséquent augmenterez la visibilité du groupe sur Facebook.

Twitter et Instagram

Sur Twitter, l'utilisation des hashtags est primordiale. Chacun de vos tweets doit être accompagné de hashtags en rapport avec vos micro-services. Il faudra donc utiliser le moteur de recherche de la plateforme pour voir quels sont les hashtags les plus utilisés dans votre niche.

Instagram et Pinterest sont à privilégier si vos prestations sont plutôt visuelles, comme le design. Vous pouvez partager vos travaux, qui pourront intéresser de potentiels clients.

Utiliser les forums

Les forums sont un excellent moyen de gagner une exposition pérenne de vos micro-services. Les plateformes de freelancing les plus populaires ont une partie forum, où les freelances et les vendeurs peuvent discuter.

L'une des méthodes les plus efficaces pour amener les membres à cliquer sur votre page, ou sur vos micro-services, est d'être très actif sur le forum. Répondez aux différentes questions que se posent les nouveaux freelances et les clients.

En dehors des plateformes de freelancing, des forums comme **Reddit** ont un nombre important d'utilisateurs. Cette plateforme est assez spéciale, car votre popularité dépend de vos nombres de votes, qui se transforment en points « karma ». Il faut au moins une centaine de karmas pour pouvoir par exemple publier sur certains forums. Heureusement, vous pourrez en gagner en répondant aux questions.

Il y a des forums dédiés aux plateformes de freelancing. Sur Reddit par exemple, **r/FiverrGigs** permet de partager vos gigs de Fiverr. Vous pouvez participer aussi au forum correspondant à Upwork.

Plus vous répondez à des publications et publiez vos propres guides sur les forums, plus vous augmentez les chances que votre profil apparaisse sur les moteurs de recherches. Ce qui se traduit par plus de ventes.

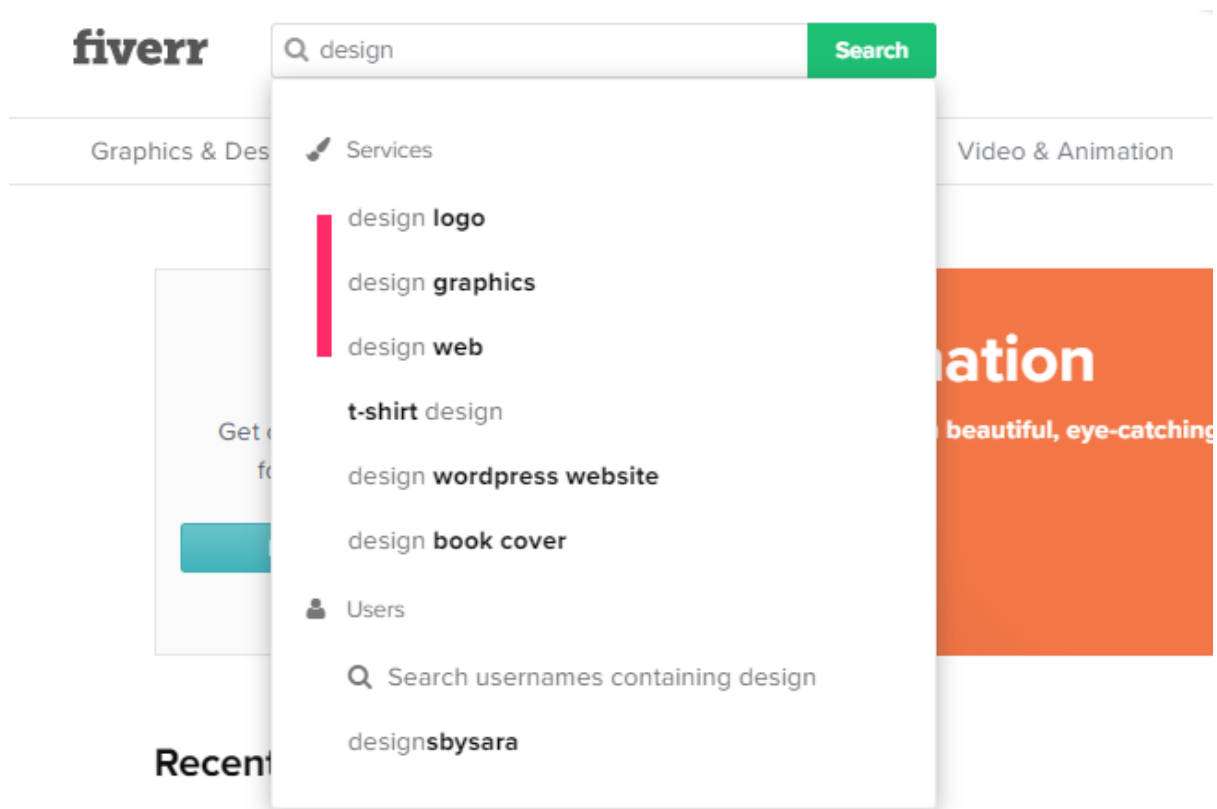
Bien utiliser les mots clés

La recherche de mots clés est très importante, pour améliorer le classement de vos micro-services sur les plateformes de freelancing. Une des méthodes les plus efficaces consiste à faire un référencement on-page de vos gigs, en recherchant les mots clés les plus pertinents.

Chaque plateforme dispose d'une section dédiée au renseignement des tags relatifs à votre micro-service, ou à votre profil. Le bon choix des mots clés peut faire la différence, entre les micro-services que l'on trouve facilement et qui ont beaucoup de commandes en cours, et les autres qui reçoivent à peine quelques clics.

Lorsque vous définissez les mots clés relatifs à votre micro-service, vous devez vous mettre dans la situation du client qui recherche un service en particulier. Certains mots sont plus pertinents que d'autres.

Pour vous aider à les trouver, vous pouvez utiliser l'outil d'autocomplétion dont disposent certaines plateformes, comme Fiverr ou Upwork. Il convient alors de privilégier les mots clés qui sont affichés en premier.



Le titre de vos micro-services est tout aussi important et doit contenir au moins un mot clé. Si les tags sont utilisés par les plateformes de freelancing en interne, ce sont les mots contenus dans le titre d'un micro-service, qui contribuent le plus à leur affichage dans les résultats de recherche sur Google.

Sachant que certains mots clés sont plus importants que d'autres, la formulation de votre titre est importante. Par exemple, le mot clé « rédacteur » est plus recherché que le mot « rédiger ». Par conséquent, un titre comme « je vais être votre rédacteur... » est plus pertinent que « je vais rédiger... ». Le premier est plus susceptible d'apparaître sur les moteurs de recherches.

Avec moins de restrictions imposées par la plateforme, la **description** de votre micro-service est l'endroit où mettre tous les mots clés relatifs à votre service, même sous forme de liste si nécessaire.

Créer son blog

Le blogging est la manière la plus pérenne de faire la promotion de vos micro-services. Un blog permet aux internautes de trouver et de payer vos services sans passer par les plateformes de freelancing, qui peuvent déduire jusqu'à 20 % de frais.

Il vous suffit d'acheter un nom de domaine et de trouver un hébergement, puis de commencer à publier des articles en rapport avec vos différents micro-services. Il est cependant important de faire un travail de recherche de mots clés, pour axer vos

articles par rapport à ce que les internautes recherchent.

Par le biais de vos articles, vous pouvez créer des backlinks vers vos propres services sur les plateformes de freelancing, ce qui contribue à améliorer leur classement. Un web designer peut par exemple rédiger un article de blog sur les tendances design de 2020. Puis inviter le lecteur à consulter les solutions qu'il propose, en le redirigeant vers ses micro-services afin de les engager à passer commande.

Le blogging vous permet en outre de vous établir comme un expert dans votre domaine. Lorsque vous rédigez un article, veillez à ce qu'il soit très informatif. Vous devez également veiller à publier régulièrement, afin que vos lecteurs deviennent des abonnés et plus tard des clients.

Vous vous servirez aussi de votre blog pour présenter votre portefeuille librement, en choisissant la forme que vous souhaitez.

Si vous ne pouvez pas vous permettre d'investir financièrement dans un blog, il vous est possible de lancer un blog gratuit sur blogger, ou WordPress. Vous pourrez faire migrer plus tard les articles vers votre propre nom de domaine.

Faire des vidéos

La plupart des plateformes de freelancing recommandent de créer une vidéo de présentation de vos micro-services. Il est possible d'ajouter une vidéo à côté de vos images de galerie.

Les vidéos vous permettent d'expliquer personnellement votre service, de manière à être plus persuasif auprès de vos futurs clients. Il est important pour eux que vous présentiez en personne ce que vous leur proposez.

Assurez-vous que votre vidéo soit de bonne qualité et assez originale. L'audio doit être clair et sans bruits de fond. Si vous n'avez pas le matériel pour créer une vidéo de qualité, n'hésitez pas à faire appel à un artiste voix off ou un monteur qui fera le travail à votre place.

Il ne fait plus aucun doute que les vidéos augmentent considérablement l'engagement des personnes qui voient vos micro-services. Certains types de micro-services comme la voix off ou le montage nécessitent davantage l'usage de la vidéo, pour montrer quelques-unes de vos réalisations aux prospects.

Comment obtenir des témoignages clients

Peu importe la qualité de votre travail, ce sont les opinions de vos clients qui vous donneront votre autorité. Ce qui compte vraiment, pour continuer à gagner de nouveaux clients, c'est les avis de vos clients antérieurs.

Un micro-service qui a plus d'avis négatifs que d'avis positifs aura sans doute du mal à percer. Par contre, un micro-service qui a de nombreux témoignages positifs et peu d'avis négatifs aura bien plus de facilités à attirer de nouveaux clients.

La collecte de témoignages sur les micro-services est un véritable facteur de concurrence dans les plateformes de freelancing. Il ne faut donc pas les négliger. La concurrence est telle, que les gig qui ont plus d'avis positifs sont mieux classés que les autres.

Importance des avis clients pour le SEO

Lorsque l'on pense au référencement, il est rare que la première chose qui vienne à l'esprit soit les témoignages des clients. Avec tous les autres domaines d'intérêt, comme la création d'articles optimisés, les avis ne sont pas trop considérés.

Cependant, les avis clients, même ceux qui sont laissés sur les plateformes de freelancing, contribuent à améliorer le classement de vos micro-services sur les moteurs de recherche. Ils constituent un signal fort pour ceux-ci, qui considèrent cela comme un facteur de fiabilité et d'autorité.

Il convient donc de rester proactif et de collecter autant que possible des avis auprès de chacun de vos clients. Dans ce chapitre, découvrez comment gagner des témoignages clients. Mais avant tout, voyons ce qu'il faut absolument éviter.

Gagner des témoignages client - ce qu'il faut éviter

Rédiger de faux témoignage pour vous-même

Beaucoup de freelances débutants ont recours à cette pratique, pour s'aider à bien débiter sur les sites de freelancing. Ils créent plusieurs comptes et achètent leurs propres services. Même si cela peut marcher, vous risquez de voir votre compte suspendu et perdre votre crédibilité. De plus, ce n'est pas une stratégie pérenne pour gagner de nouveaux clients.

Acheter de faux avis

Vous trouverez sur internet d'innombrables services qui offrent des avis pour Fiverr et Upwork. Cependant, les témoignages sont souvent faits avec de comptes robots. Et pour les raisons évoquées ci-dessus, vous ne devez jamais acheter des témoignages, si vous êtes sérieux dans votre entreprise de freelancing.

Comment obtenir et maximiser ses avis clients ?

Traitez bien vos clients

Votre activité de freelancing doit refléter votre personnalité, car les clients veulent savoir avec qui ils travaillent. Assurez-vous donc de mettre en avant vos compétences interpersonnelles pour collaborer efficacement avec vos clients.

Vous devez toujours être totalement transparent et professionnel avec eux. Expliquez-leur tout ce à quoi ils doivent s'attendre en travaillant avec vous. Donnez-leur l'impression que vos services sont orientés vers la satisfaction de vos clients, plutôt que le profit. Vous devez montrer un minimum d'intérêt pour son projet. Cela aidera vos clients à avoir confiance en vous et en votre travail.

Les demander aux clients

Certains clients ne se donnent pas la peine de vous laisser un avis. Dès que vous livrez votre travail, ils passent à autre chose. Si c'est le cas, n'hésitez pas à les recontacter pour leur demander de vous laisser un avis s'ils sont satisfaits de votre prestation. Ils accepteront dans la plupart des cas et vous gagnerez un avis de plus. Ceci s'applique aux sites de micro-services tels que 5euros ou Fiverr.

De même, si vous vendez vos services par l'intermédiaire de votre blog, il faudra créer une page des témoignages pour les collecter. Il existe des plugins sous WordPress, pour envoyer une demande par email et inviter le client à vous laisser un avis. Facebook permet aussi de collecter des avis clients par le biais de votre page (évidemment, il faut d'abord en créer une). La **preuve sociale** constitue un facteur important en marketing.

Répondre à tous les avis

Il faut répondre aux témoignages clients pour les encourager à laisser encore plus d'avis. Si les clients sont récompensés lorsqu'ils partagent leurs témoignages, ils seront encouragés à le faire plus souvent. Et les autres clients suivront.

Accorder une importance particulière aux avis négatifs, car certains prospects iront chercher les potentiels défauts de vos services avant de passer leur commande. Sur Fiverr par exemple, il est possible de n'afficher que les commentaires à 1 étoile.

Il convient de répondre de manière objective aux avis négatifs et expliquer ce qui n'a pas marché, afin de les rassurer. La plupart des clients comprennent qu'aucune prestation n'est parfaite. Mais il faut leur montrer que vous avez bien écouté vos clients mécontents et que vous avez fait de votre mieux pour leur donner le meilleur service.

Quelles astuces utiliser pour augmenter sa cote de popularité sur les sites de micro-services ?

Avec le nombre grandissant des personnes qui se lancent en freelance, la concurrence est de plus en plus rude sur les différentes plateformes de micro-services. Pour les nouveaux arrivés, se distinguer sur des sites comme Upwork ou Fiverr relève du vrai défi, et il est encore plus dur de décrocher sa première vente ou son premier contrat.

La meilleure façon de faire bonne impression auprès des clients est de soigner la présentation de votre profil et de vos micro-services. Après tout, votre profil est le premier élément qu'ils voient lorsqu'ils visitent votre page. Juste en consultant votre profil, le prospect peut décider s'il vous fera confiance ou non.

Voyons dans ce chapitre quelques techniques éprouvées pour vous aider à créer un profil ou un micro-service qui se distinguera sur les plateformes de micro-services, par rapport à vos concurrents.

Mettre en place un portefeuille détaillé

Se lancer sur les plateformes de micro-services ne veut pas forcément dire que vous êtes un débutant.

De nombreux professionnels investissent sur ces plateformes pour trouver de nouveaux clients. Si tel est votre cas, ou si vous avez au moins participé à des projets, il faudra les présenter en détail. Upwork permet, par exemple, de présenter un projet dans votre portefeuille sous forme d'articles avec des images.

Cet outil est une intéressante façon de présenter vos compétences. Si par exemple vous êtes web designer, vous ne mettrez pas unique les liens vers les sites que vous avez réalisés, mais vous pourrez présenter le projet en entier : attente du client, technologie utilisée, capture d'écran des résultats, etc.

Il convient aussi de présenter votre **rôle** sur les différents projets auxquels vous avez participé. Étiez-vous seulement un designer, ou le responsable du marketing visuel d'une entreprise ?

Mettre un titre engageant en entête de votre profil

Sur Upwork, mettez un titre qui accompagne la description proprement dite de votre profil. Ce titre sera l'une des premières choses que vos prospects verront. Quelle que soit la qualité du texte de la

description, un titre mal pensé peut vous faire rater des opportunités.

Un bon titre utilise des mots et expressions spécifiques et informatifs. Il doit donner une idée de votre expertise et la montrer au client. Le titre ne doit pas être vague.

Exemple de titres trop vagues :

- Rédacteur freelance
- Développeur
- Designer web

Ce genre de titre ne vous distingue pas des autres freelances. C'est pourquoi il est important d'être un peu plus spécifique. Pourquoi ne pas, par exemple, citer quelques outils :

- **Spécialiste Fiches Produits/Amazon/WooCommerce**
- **Développeur web/Bootstrap / Photoshop**
- **Artiste Voix off/Comédien/Porte-parole**

Les exemples ci-dessus donnent plus de détails au client qui n'a pas le temps de lire tout votre profil. Si vous avez la chance qu'il repère un outil en particulier ou une solution qu'il compte utiliser dans son projet, il y a de fortes chances qu'il vous contacte.

Importance de mettre en avant une niche

Comme nous l'avons vu dans la partie sur le titre, une niche apporte une précision à vos compétences. Plus la niche est spécifique, plus vous vous démarquez auprès de ceux qui recherchent une compétence très spécifique. Si votre profil reste généraliste, il peut facilement se perdre parmi les nombreux autres freelances ayant des compétences similaires.

Upwork permet, en plus du profil généraliste, de rédiger une description « spécialisée », celle-ci sera mise en avant sur les offres pertinentes des clients.

Mettre une photo de profil professionnelle

La photo de profil est plus importante que vous ne le pensez. Certaines plateformes exigent même que vous mettiez votre propre photo, au lieu d'un simple logo ou dessin. C'est parce qu'un compte avec une photo de profil rassure plus qu'un compte qui n'en possède pas.

Voici quelques recommandations, pour avoir une photo de profil qui inspire confiance auprès de vos prospects :

- Souriez sur la photo pour donner l'impression que vous êtes quelqu'un d'amical.
- Assurez-vous que l'on voit tout votre visage.
- Mettez une photo claire avec assez de luminosité.
- Pas de distraction en arrière-plan.
- Ne portez pas d'accessoires comme une casquette ou des lunettes de soleil.

Mettez en avant vos spécificités

Pourquoi un client devrait-il vous choisir vous, plutôt qu'un autre ? Il est important de préciser les éléments de réponse dans la description de votre profil. Car, quels que soient les services que vous proposez, il existe des centaines, voire des milliers d'autres freelances qui offrent les mêmes prestations que vous.

Définissez ce qui rend vos micro-services uniques, par rapport à ceux des autres freelances. Cela peut être votre **expérience** de travail et votre compréhension du domaine en question, une **formation**, ou une **certification** en la matière.

Attention cependant à ne pas avancer des choses qui ne peuvent pas être vérifiées. Toutes vos réalisations importantes doivent être détaillées sur votre

portefeuille et vous devez être capable de donner des informations supplémentaires à la demande du client.

Offrez une réduction

Lorsque vous vous lancez sur une plateforme de freelancing et que vous n'avez pas encore reçu d'avis, proposez des tarifs qui sont en dessous de ce que vous offririez normalement. Vous pouvez le signifier à vos prospects lors des interviews sur Upwork, ou dans la description de vos micro-services.

Cela vous permet d'avoir plus rapidement vos premières commandes et d'en attirer d'autres. À mesure que vos commentaires positifs s'accumulent, non seulement vous obtiendrez plus facilement des clients, mais vous pourrez aussi augmenter vos prix.

Rester actif sur la plateforme

Une fois que vous avez complété votre profil, il faudra être actif sur le site : répondre aux questions rapidement, soumettre des propositions. Cela est très important, d'autant plus que certaines plateformes désactiveront votre compte pour cause d'inactivité.

Il est également particulièrement important de rester actif après avoir soumis des propositions. De nombreux clients contactent des freelances pour leur poser des questions supplémentaires avant de prendre leur décision. Il serait dommage de perdre un client parce que vous n'aviez pas vu sa réponse à votre proposition.

Il est aussi important de mettre à jour votre profil de temps à autre. Soit pour ajouter de nouvelles compétences, soit pour répondre à une question fréquemment posée par vos prospects.

Assurez-vous que le tout est rédigé sans fautes

Un profil incomplet ou contenant des fautes ne peut se distinguer. C'est pourquoi tout freelance qui souhaite réussir doit compléter chaque section de son profil, en donnant autant d'informations pertinentes que possible. Pour vous assurer que tout est bien rédigé, faites appel à un correcteur freelance pour revoir vos écrits.

Comment bien vous organiser pour rentabiliser votre temps au maximum ?

En tant que freelance à plein temps, travaillant à domicile, il est facile d'avoir l'impression que vous ne travaillez pas assez. Mais souvent, les freelances professionnels travaillent beaucoup plus que les salariés. Ils ont souvent une grosse charge de travail qu'ils devront gérer seuls sans superviseur, ce qui peut entraîner une mauvaise gestion du temps.

Il existe tout de même des astuces et méthodes de travail qui vous aideront à rester productif, tout en optimisant votre temps de travail pour une rentabilité maximale. Nous vous présentons ici quelques méthodes efficaces, qui sont largement utilisées par les travailleurs au bureau pour rester productifs.

La technique Pomodoro

Créée par l'entrepreneur Francesco Cirillo, qui a écrit un livre là-dessus, la technique Pomodoro décompose votre temps de travail en intervalles bien définis, séparés par de courtes pauses.

Le repère habituel est de 25 minutes de travail, suivies de 5 minutes de pause. Après 4 heures de

travail, vous faites une pause plus longue, de 15 à 30 minutes.

La technique repose aussi sur la planification, c'est-à-dire l'élaboration au préalable des tâches à accomplir et le tracking de vos avancées.

L'efficacité de cette technique tient au fait qu'elle vous oblige à vous **concentrer** uniquement sur le travail pendant 25 minutes. Période pendant laquelle vous vous passez de toute distraction. Elle vous force aussi à réaliser des tâches avant que les 25 minutes ne soient écoulées.

La technique Pomodoro permet d'accomplir un grand nombre de petites tâches en 50 minutes par heure. Elle est l'une des méthodes de travail les plus efficaces. Elle évite les distractions et aide à se concentrer.

Il est possible de modifier les durées en fonction de la complexité de votre travail et de vos préférences. Par exemple, 40 minutes de travail pour 8 minutes de pause. Cependant, gardez en tête que plus la durée consacrée au travail est longue, plus il y a des risques de distractions.

La méthode Eisenhower

Comme vous l'avez probablement deviné, la méthode Eisenhower porte le nom du président américain Dwight Eisenhower. Elle répartit toutes les tâches en quatre catégories :

1- **Important et urgent** (à faire) : par exemple, le site web de votre client affiche une page blanche et doit être remis en marche immédiatement. Les tâches importantes et urgentes doivent être accomplies immédiatement, selon l'ordre d'urgence.

2- **Important, mais pas urgent** (à décider) : par exemple, une mise à jour doit être faite avant la fin du mois. Les tâches importantes, mais non urgentes, doivent avoir une date ou une heure de début et une heure de fin. La **majorité de vos tâches entreront dans cette catégorie.**

3- **Pas important et urgent** (à faire plus tard) : par exemple, répondre à des commentaires sur votre page professionnelle Facebook. Les tâches peu importantes, mais urgentes peuvent être déléguées à d'autres freelances (community manager par exemple) pour vous faire gagner du temps et vous permettre de vous concentrer sur les tâches les plus importantes.

4- **Ni important ni urgent** (à ignorer) : par exemple, un commentaire ou un message sur Facebook ne portant pas sur le travail. Bien sûr, vous pourrez y répondre plus tard. Les tâches non importantes ou urgentes doivent être complètement ignorées afin que vous puissiez mieux utiliser votre temps pour le travail.

Dwight Eisenhower avait dit « Ce qui est important est rarement urgent et ce qui est urgent est rarement important ». Ce qui peut paraître paradoxal, mais il voulait dire par là que l'on ne priorise souvent pas correctement les tâches à accomplir. Il nous arrive à tous de considérer comme urgente une tâche qui ne l'est pas vraiment.

La méthode Eisenhower peut être utilisée en freelancing pour prioriser les tâches qui vous sont confiées. Toutefois, vous devrez peut-être l'adapter à vos besoins. Elle est aussi parfaitement adaptée à la méthode Pomodoro. On peut les combiner.

Minimiser les distractions pour se concentrer au travail

Les méthodes de travail que nous avons vues ne vous seront pas d'une grande utilité si vous ne parvenez pas à vous concentrer. Plusieurs choses peuvent vous

distraire au moment où vous avez besoin de vous concentrer, notamment les réseaux sociaux.

Il peut être tentant de consulter les dernières publications ou de voir ce que font vos amis pendant que vous travaillez, mais cela nuira à votre productivité.

Il existe des outils pour vous aider à rester concentré. Sur Google Chrome, il y a par exemple l'extension **BlockSite** qui permet de bloquer certains sites sur votre ordinateur de travail.

Quant à votre smartphone, vous pourrez le mettre assez loin de vous pour vous rappeler que vous devez rester concentré.

Évitez aussi de rompre votre progression pour faire des tâches qui ne sont pas urgentes, mais vous viennent subitement à l'esprit. Il faudra dans ce cas les **noter sur un bout de papier**, puis poursuivre le travail.

Il y a aussi un outil pense-bête pour Windows et Mac, vous pourrez vous en servir. Mais une note sur un bout de papier, posé sur la table de votre bureau, reste le moyen de plus efficace de s'en souvenir.

Définissez au préalable toutes les tâches que vous devrez accomplir durant la journée

L'une des choses qui vous feront perdre de la productivité sera celle de vous demander, après avoir fini une tâche, quelle est la prochaine tâche à accomplir. Vous perdrez du temps à chercher.

C'est pourquoi il est important de définir la veille toutes les tâches à accomplir et définir leurs priorités et ordres. Vous pouvez par exemple commencer la journée par la lecture de vos nouveaux emails, puis l'accomplissement de tâches suivant leur ordre de priorité, ou leur volume.

Il ne s'agit pas seulement des tâches confiées par des clients. Envoyer de nouvelles propositions, contacter une agence et mettre à jour votre profil sont autant de tâches que vous devez planifier la veille d'une journée de travail.

Les freelances ont la chance de pouvoir faire la corrélation entre leur productivité et leurs revenus. Plus vous accomplirez les tâches rapidement, plus les clients vous en donneront et plus vous gagnerez de l'argent. Il convient cependant de maintenir une bonne hygiène de vie.

Six erreurs à éviter pour réussir avec ses micro-services

Après avoir lancé vos micro-services pour la première fois, vous risquerez fort de tomber de temps à autre dans certains pièges assez communs. Il est important de s'y attendre, mais surtout de ne pas abandonner à la première difficulté que vous rencontrerez.

Voyons quelles sont les erreurs à éviter pour lancer votre entreprise de micro-service avec succès.

Dépasser les délais

Chaque aspect de votre prestation envoie un message à votre client ou prospect, qui aura une certaine perception de votre service. Lorsque vous ne respectez pas le délai convenu avec le client, cela compromet la qualité de votre service dans son ensemble, même si le client est satisfait de la prestation.

Quelle que soit la qualité de votre travail, la ponctualité est importante. Le client fixe un délai pour une raison précise et il s'attend à ce que vous le respectiez.

Respecter les délais, c'est respecter le client

Le non-respect d'un délai est une erreur que vous pouvez facilement éviter. Pour commencer, n'entreprenez pas de nouveaux projets lorsque vous avez déjà une grosse charge de travail avec des dates de livraison serrées.

Même s'il est dommage de rater des opportunités, il ne faut pas s'engager dans un nouveau projet si vous n'êtes pas sûr de tenir les délais. Vous pouvez négocier une date de livraison qui vous convient. Mais si ce n'est pas possible, mieux vaut laisser tomber.

Une fois que vous avez commencé à travailler sur un projet, définissez vos propres délais. Chaque projet peut être divisé en plusieurs parties. Vous pouvez ainsi utiliser la méthode **Pomodoro** pour vous aider à aller plus vite dans l'exécution des tâches.

Vos propres délais seront évidemment plus serrés que ceux du client, car vous allez livrer à l'avance. S'il s'agit d'un long projet qui prendra plusieurs semaines, il faut définir plusieurs étapes avec le client et la livraison se fera progressivement.

Lorsque vous respectez toujours les délais, vos clients et prospects vous font davantage confiance et ils

n'hésiteront pas à revenir pour acheter vos micro-services.

Soumettre des propositions sur tout type de missions

Sur les plateformes comme Upwork, où vous ne créez pas de micro-services, il sera nécessaire, au début, de consulter le marketplace et soumettre des propositions aux différentes offres des clients.

Dans ce cas, l'une des erreurs les plus fréquentes est de soumettre un maximum de propositions pour augmenter ses chances, sans vraiment lire la description des missions. Plusieurs cas de figure sont possibles.

Certains clients vous demandent de soumettre votre proposition en suivant un certain format, ou en incluant quelques mots dans votre texte. Avec ça, ils veulent s'assurer que vous avez bien lu leurs besoins. Donc, en soumettant un email de motivation générique, vous pouvez être sûr de ne pas pouvoir travailler avec ce type de prospects.

Une autre erreur consiste à vous engager dans un nouveau projet sans vraiment mesurer sa complexité ou sa durée. Cela peut compromettre vos débuts en tant que freelance. Car vous risquez de rater une date

de livraison ou de ne pas vous conformer à la qualité requise par le client.

Par conséquent, avant de soumettre une proposition, prenez le temps de bien lire la description des missions qui vous semblent intéressantes et soumettez votre email de motivation dans la forme attendue par le client. Prenez ensuite le temps de discuter de la faisabilité et du délai du micro-service selon vos capacités.

Une autre erreur que les freelances commettent est celle de s'engager dans une mission tout en sachant qu'ils ne pourront pas fournir de la qualité.

Si vous vendez un service, vous devez vous assurer de mener à bien les tâches nécessaires à sa réalisation. Entreprendre des projets qui ne sont pas dans vos cordes et que vous ne pouvez pas réaliser et faire des excuses à la dernière minute ne fera que nuire à votre réputation, à votre compte, et vous risquez de recevoir un avis négatif.

Il est aussi important de consulter le profil du client pour voir les avis de ses anciens prestataires. La plupart des clients sur les sites de micro-service sont honnêtes, mais certains ont une mauvaise réputation.

Demander des paiements hors des plateformes de freelance

Les nouveaux freelances se plaignent souvent des commissions élevées que déduisent les plateformes de freelances de leurs gains. C'est en effet vrai. Upwork prend des frais de 20 %. Sur Fiverr, lorsqu'un client achète un gig à 5 dollars, c'est en fait 7 dollars qu'il paie, avec 2 dollars de frais. Mais le vendeur, quant à lui, ne reçoit que 4 dollars.

Cependant, il convient de noter que ces plateformes sont des moteurs de recherches qui aident les clients à trouver des solutions à leurs besoins. Pour les freelances, elles contribuent grandement à leur faire gagner leurs premiers clients. Si vous vous lancez avec votre propre site web, déjà cela prendra du temps pour que les internautes le découvrent.

De plus, l'optimisation SEO est nécessaire et peut coûter cher. Les sites de freelance sont quant à eux gratuits à l'inscription et vous pouvez commencer à gagner, sans aucun investissement.

L'une des erreurs les plus commises par les débutants est de demander à recevoir les paiements hors des plateformes. Cela peut avoir des conséquences néfastes.

Suspension de votre compte

Vous risquez en effet de perdre votre compte. Ces plateformes n'aiment évidemment pas que les paiements se fassent hors de leur écosystème. Ils détectent d'ailleurs tous les mots et expressions relatifs au paiement et peuvent suspendre votre compte si vous faites une demande de paiement hors plateforme au client. Il ne faut donc pas prendre ce risque.

De même, lorsque le client propose un paiement hors plateforme il faut l'en dissuader, car la plateforme représente le tiers de confiance.

Perte de la protection

En tant qu'intermédiaire, la plateforme de freelance vous offre une certaine protection vis-à-vis de votre client. Le client ne pourra pas refuser de vous payer sans se justifier auprès des administrateurs de la plateforme. Et lui aussi bénéficie d'une protection, au cas où le travail demandé n'aurait pas été fait. Il peut toujours obtenir un remboursement.

Pas d'historique ou de témoignages client

Lorsque vous acceptez un paiement hors plateforme, le travail que vous avez effectué ne figurera pas sur

votre profil. De plus, les clients ne pourront pas vous laisser un avis sur le micro-service en question. Or, on a vu que les avis sont une preuve sociale et un important élément de marketing pour vous et vos services.

Perte de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée

C'est là un gros problème pour les freelances. Quand on est nouveau dans le milieu, on cherche à satisfaire ses clients à tout prix, d'en trouver de nouveaux, de se faire une bonne réputation, bref, de réussir son entreprise.

Cependant, lorsqu'il n'y a pas d'horaires de travail fixes comme pour l'employé, la frontière entre vie personnelle et vie professionnelle peut devenir inexistante. Vous vous engagez sur un nouveau projet alors que vous aviez décidé le contraire, vous travaillez plus longtemps que prévu, etc.

En d'autres termes, vous consacrez toute votre énergie et tout votre temps au travail et vous vous épuisez au fil du temps. Ce qui peut éventuellement compromettre la qualité de votre travail.

Même si vous avez besoin de travailler, il est important de maintenir un équilibre entre votre vie

professionnelle et votre vie privée. Pour ce faire, fixez une limite au nombre d'heures de travail par jour et laissez de la place pour les activités quotidiennes avec la famille et les amis.

Une mauvaise communication

La communication est un aspect important pour votre prestation. C'est un facteur délicat, surtout lorsqu'il y a un décalage horaire entre vous et votre client. Votre client a probablement plusieurs projets à gérer simultanément. Le fait de savoir qu'il peut compter sur vous pour obtenir une réponse rapide et des mises à jour régulières sur le projet lui évite de stresser sur le fait que vous livrerez à temps ou non.

Il convient donc de ne pas ignorer les messages du client et être disponible pour répondre aux questions. En dehors des heures de travail, vous pourrez ne pas donner la réponse attendue par le client, mais dites-lui que vous ne pouvez pas résoudre le problème immédiatement et que vous le ferez bientôt. Cela le rassure.

En freelancing, les clients sont issus de cultures diverses et rien n'est évident. Tout vaut la peine d'être dit et il vaut mieux le mettre par écrit. Une compréhension commune des objectifs de chaque

partie est la clé de la réussite des relations professionnelles durables.

Ne présumez pas du fait que le client comprenne dès le départ ce que vous allez réaliser pour lui. Répétez et confirmez à nouveau, pour vous assurer que vous vous comprenez bien. Établissez une bonne communication dès le début et soyez accessible.

Abandonner

Pour réussir avec vos micro-services, il faut du temps. Vous n'y arriverez pas du jour au lendemain. Ce sera progressif, avec une pratique régulière et de nouvelles ventes. Si vous avez du mal à faire vos premières ventes, ne sombrez pas dans le doute et les distractions, qui vous dévient de vos objectifs. Continuez à améliorer votre profil et ajoutez de nouveaux éléments. Il est important de garder en tête que vous êtes en compétition avec des milliers d'autres prestataires dans votre domaine.

Six conseils à appliquer pour réussir avec ses micro-services

Il fut un temps où le travail indépendant était considéré comme une carrière de dernier recours, par ceux qui ne pouvaient pas obtenir un emploi stable.

Aujourd'hui, pour des raisons de style de vie, les gens choisissent de plus en plus de travailler en freelance.

Les micro-services et les sites de freelancing font aujourd'hui partie intégrante du monde du travail et y prennent de plus en plus de place. D'autant plus que le contexte sanitaire et écologique oblige les entreprises à favoriser le télétravail. Pour conclure, voici 6 conseils pour réussir ses micro-services.

Créer votre site web

Les plateformes de freelancing vous donnent sans doute un bon départ pour la vente de vos micro-services. Mais créer votre propre site web est un investissement qui paie. De nos jours, il est presque impossible de se distinguer sur internet sans un site web professionnel.

Votre site, ou blog permet non seulement de présenter vos services avec créativité, mais il permet également aux clients de vous contacter et de solliciter vos services. Afin de profiter d'une bonne visibilité, assurez-vous que votre site web a un aspect professionnel tant sur les navigateurs pour PC que sur mobile. En outre, vous devez vous efforcer de publier régulièrement des articles sur votre niche. L'objectif est de vous établir comme un expert dans votre domaine, en rédigeant des guides et des tutoriels.

Se diversifier

Ce n'est un secret pour personne, le freelancing n'est pas aussi stable qu'un contrat à durée indéterminée, il y a des hauts et des bas. C'est donc une entreprise risquée. Pour diminuer le risque et maintenir un revenu relativement stable, il est important de diversifier votre clientèle.

En acceptant plusieurs clients, vous pouvez protéger votre portefeuille dans le cas où une source de revenus se tarirait. En outre, de nouveaux clients peuvent vous aider à acquérir une expertise dans des domaines potentiellement lucratifs.

Un autre moyen de se diversifier consiste à s'inscrire sur plusieurs plateformes de freelancing. Sachant que ces plateformes sont des moteurs de recherche, vous permettrez au plus grand nombre de prospects de trouver votre profil ou vos micro-services. Il est conseillé de s'inscrire sur au moins deux plateformes.

Participer aux forums et réseaux sociaux

L'un des inconvénients du freelancing est que vous n'avez pas d'amis au bureau avec lesquels vous pouvez faire du remue-méninge et discuter au quotidien. Pour combler ce manque, les freelances

doivent s'efforcer de se faire des amis dans leur secteur d'activité, ce qui n'est pas évident.

Si vous ne connaissez pas d'autres freelances dans votre région, vous pouvez rejoindre des groupes sur Facebook et participer de manière constructive aux discussions. Même si vous ne verrez probablement jamais les membres, ils peuvent néanmoins vous recommander à des prospects en dehors des plateformes de freelancing.

Les forums sont un bon moyen d'établir de nouvelles relations. Le forum de 5euros, réservé aux vendeurs, est très animé et les freelances les plus populaires entretiennent une bonne relation.

Commencez à poser des questions pertinentes sur les différents forums de freelancing et commentez sur les fils de discussions les plus populaires. Cela vous fera une exposition supplémentaire.

En dehors des plateformes, faites vous payer à l'avance

L'une des pires situations que vous pourrez rencontrer, c'est celle d'un client qui ne paie pas. Soit il prend le livrable et ne vous paie pas, soit il vous passe sa commande et ne répond plus. Encore une fois, les plateformes de freelancing gèrent

parfaitement cette éventualité. En effet, un contrat ne commence que lorsque le client paie pour le service en question. Et plus tard, s'il arrive qu'il ne soit plus joignable, vous pourrez tout de même soumettre votre travail. La plateforme vous paie après un certain temps même si le client n'est plus joignable.

Par contre, vous rencontrerez des clients hors des plateformes. Dans ce cas, il faudra exiger le paiement d'au moins 50 % du prix de la prestation, avant de commencer le travail. Cela vous évitera de perdre du temps à réaliser un travail pour simplement découvrir que le client n'est plus joignable.

De plus, le paiement du client est un acte **d'engagement** de sa part, pour montrer qu'il est bien intéressé par vos services. Si un nouveau client refuse de payer au moins une partie de la prestation, ce n'est pas bon signe.

Il faut toujours un engagement concret de votre client, avant de commencer à travailler sur son projet.

Se spécialiser

On ne le dira jamais assez : il est important de se spécialiser, de trouver une niche.

Lorsque vous essayez de vous faire un nom, il peut être tentant de créer plusieurs micro-services en rapport avec des niches complètement différentes. Toutefois, à long terme, il est préférable de se spécialiser dans une seule niche.

Dans votre profil, faites valoir une compétence spécifique, dont vous êtes fier et pour laquelle vous voulez plus de contrats auprès de vos prospects. Il peut s'agir d'un logiciel que vous maîtrisez, d'une méthode SEO, etc. Ce doit être un domaine dans lequel vous vous sentez très à l'aise.

La raison pour laquelle il est si important de se spécialiser est évidemment du point de vue du client. La plupart du temps, les clients veulent engager un freelance indépendant parce qu'ils ont besoin d'un ensemble de compétences dont ils ne disposent pas, ou qui manquent à leur startup. Ils ont besoin de réaliser un projet spécifique, donc ils recherchent une compétence spécifique.

Sur Upwork, quand il s'agit de faire des offres, il faut privilégier les contrats pour lesquels vos compétences sont demandées. Vous vous démarquerez ainsi des dizaines d'autres freelances qui ont également soumis leur proposition.

Dernière astuce pour les sites de micro-services

Une fois que vous avez décidé du type de micro-service que vous voulez offrir, il est important de savoir quels vendeurs concurrents gagnent le plus d'argent dans la catégorie et de comprendre pourquoi.

Les raisons de leur succès peuvent être différentes, selon la niche. Pour les découvrir, il faudra faire une petite recherche. C'est simple !

1. Commencez par vous rendre sur les plateformes (5euros, Fiverr, etc.) sans vous connecter. Il faut vous déconnecter de la plateforme si votre navigateur maintient la connexion à votre compte. C'est important, car les résultats de recherche peuvent être différents selon que vous êtes connecté ou non. Votre historique de recherche sur la plateforme peut affecter les résultats de vos recherches.

L'idée est d'être dans la peau d'un client qui veut acheter un micro-service ou gig. Il est préférable d'obtenir des résultats non filtrés lorsque vous effectuez vos recherches.

2. Une fois que vous vous êtes déconnecté, tapez les mots clés que vous utiliseriez pour trouver vos micro-services, mais à la manière dont le ferait un client.

Par exemple, « rédacteur blog », « Photoshop » ou « migration site web ».

3. Une fois que la plateforme affiche les résultats, assurez-vous que les micro-services sont classés par ordre de pertinence ou de meilleure note. Assurez-vous aussi qu'aucun autre filtre n'est appliqué à la recherche.

Dans ce cas, ce sont les gigs qui font le plus de ventes qui sont généralement affichés en premier. Et ce sont ceux des vendeurs qui gagnent le plus d'argent pour le mot clé que vous avez saisi. Lorsque vous démarrez, vous ne pouvez pas prétendre à figurer parmi les micro-services qui sont au top. Certains auront probablement des milliers d'avis positifs.

À ce stade, si les meilleurs micro-services affichés n'ont que quelques avis, vous avez probablement mal saisi les mots clés. Sinon, cela veut dire que votre niche n'attire pas assez de demandes.

4. À partir du résultat des recherches, observez le top 10 des micro-services. C'est là que vous voudriez que vos services apparaissent un jour, car la plupart des acheteurs ne prendront pas la peine de voir les autres micro-services plus bas.

5. Faites une liste de tout ce que les 10 premiers micro-services ont en commun.

- Ont-ils tous un certain type de photo ou de vidéo ?
- Mentionnent-ils une certification ou un ensemble de compétences particulières ?
- Quels sont leurs délais de livraison ?
- etc.

Le message qu'envoient ces gigs trouve un écho auprès des acheteurs. C'est pourquoi ils sont les meilleurs vendeurs pour la niche et c'est cela que vous devez découvrir. Cette recherche vous donnera un aperçu pour vous aider à élaborer l'argumentaire de vente de votre propre micro-service.

Conclusion

Des opportunités lucratives attendent sans aucun doute les bons freelances. Si vous estimez que les avantages l'emportent sur les risques, c'est le moment de vous lancer. Le freelancing n'est pas exempt de défis, mais les récompenses peuvent être importantes et il peut servir de tremplin vers des opportunités encore plus grandes.

Sachez que même les freelances les plus expérimentés apprennent tous les jours et améliorent leur service. Faites donc des recherches

supplémentaires si nécessaire, mais surtout, passez à l'action : identifiez vos compétences, ciblez les clients potentiels, communiquez clairement les avantages de vos services, tenez vos promesses et respectez les délais.

Je vous souhaite mes meilleurs vœux de succès dans votre projet.

Votre partenaire de succès,

Nathanael LONKPAME