
COMO FAZER R\$3.000,00 OU MAIS COM *freelas* DE DESIGN



SUMÁRIO

>> Dá pra ganhar dinheiro mesmo?	3
>> Sua atitude	4
>> Passo-a-passo	10
>> Sobre o autor	31
>> Sobre a Pix Studios	33

DÁ PRA GANHAR DINHEIRO MESMO?

Não dá não. Dá pra **fazer dinheiro, que é diferente de ganhar.**

Ganhamos dinheiro quando o recebemos sem nenhuma contrapartida, como numa mesada, num prêmio de loteria... Mas, quando entregamos algum valor pra sociedade e somos remunerados por isso, passamos a fazer dinheiro, ou seja, obtê-lo de forma merecida.

Colocando em prática todas as ideias que estão neste ebook, ou pelo menos a maior parte delas, **dá pra fazer entre R\$3.000 a R\$5.000 por mês, ou mais.** Só depende de você, da seriedade que leva os estudos e da quantidade de energia que coloca no passo-a-passo ensinado.

Aprenda como fazer nas próximas páginas.

SUA ATITUDE



O COMEÇO DE TUDO

SEJA EXCELENTE!

Já que está fazendo o que gosta, comprometa-se a ser excelente. E **não relaxe quando conseguir: ser excelente é apenas o começo!** Na verdade, se você achar que “já está bom”, tem algo errado! Sempre há algo pra melhorar, nunca pare de estudar!

A melhor maneira de obter boa técnica é através do **estudo** e da **prática**. Faça um bom curso e se dedique de verdade: estude “por fora” e leia o máximo que puder, principalmente os **grandes clássicos do design gráfico**. Em seguida, coloque em prática o que aprendeu em projetos reais ou fictícios.

Incorpore essa postura para a sua vida: tenha referências de alto padrão de qualidade em tudo o que você faz e tente alcançá-las todos os dias.

(clique nas capas pra ver onde pode comprar esses livros!)

SEMPRE TEM TRABALHO!



Uma vez comprometido com a excelência, você naturalmente começará a atrair um fluxo de trabalhos: de parentes, amigos, conhecidos, professores dos cursos que frequenta e de recomendações dos seus clientes.

Mas não se acomode: **o principal erro dos iniciantes é achar que basta ser bom que os trabalhos caem do céu. Isso não é verdade!**

Embora alguns trabalhos realmente apareçam “sozinhos”, **você não deve contar só com eles pra fazer sua clientela. Você precisa aprender a fazer marketing, encontrar clientes.** Se você conseguir isso, você será um profissional diferenciado.

Outro erro também comum é achar que, enquanto os clientes não aparecem, você está “sem nada pra fazer”.

Você nunca está sem trabalho. Ainda que, em um momento, você possa não ter clientes pra atender, você deve trabalhar no seu marketing para obter novos trabalhos dos seus atuais clientes e fechar contratos com novos. Veremos como “fazer marketing” mais à frente.

SEMPRE TEM TRABALHO!



Assim, sua rotina diária terá trabalhos de **3 tipos**:

1. ATENDENDO CLIENTES

2. MARKETING

3. ADMINISTRANDO SUA EMPRESA

Os trabalhos do terceiro tipo envolvem: **reuniões com fornecedores e parceiros, pagamentos, cobranças, ler/responder e-mails que não sejam de atendimento, organização de documentos e de bases de dados, preparação de propostas e contratos**, ou seja, tudo aquilo que não está relacionado com o design e com a prospecção de clientes. Esse tipo de trabalho deve ser minimizado ao máximo, porque ele consome o seu tempo e não produz dinheiro!

O tipo de trabalho a ser priorizado é, claro, o atendimento aos clientes.

CONSTRUA RELACIONAMENTOS

Construa uma relação positiva com seus clientes **bons**, para fidelizá-los. Sobre isso, duas dicas:

ERROS = OPORTUNIDADES

Mesmo com todos os cuidados e revisando seus trabalhos antes de entregar, erros eventualmente podem acontecer. **Quando você errar, seja proativo e íntegro**: comunique o erro antecipadamente e ofereça soluções.

Quando seu fornecedor, parceiro ou colaborador errar, antes de brigar, **aproveite pra analisar como se comportam diante disso**. Veja se fazem o mesmo. Caso façam (é raro, principalmente com gráficas!), procure trabalhar sempre com eles.

RELEVE ALGUMAS SITUAÇÕES

Tente não “criar caso” com erros menores do cliente. Se a situação não for grave, não o puna, apenas advirta.

Caso tenha prejuízo em uma operação, tente absorvê-lo e compensar nos próximos serviços.

máxima dos lucros:

RARAMENTE
O PRIMEIRO TRABALHO É LUCRATIVO.

— 0 —
LUCRO
ADVÉM DA *fidelização.*

fidelize seus Clientes!

Um prestador de serviços vende tempo!

E, quando está fazendo os primeiros trabalhos para um novo cliente, ainda está conhecendo ele, seus gostos, jeito de trabalhar e manias. Portanto, é muito provável que seu cronograma “estoure”.

Somente a experiência com ele fará com que termine seus trabalhos rapidamente, sendo, portanto, lucrativo!

PASSO-A-PASSO



MONTE UMA ESTRUTURA

1. ABRA UMA EMPRESA

Com uma empresa, você tem mais oportunidades de trabalhos e clientes, além de recolher menos impostos.

2. ABRA UMA CONTA EMPRESARIAL

É necessário ter uma para receber pagamentos dos clientes que são empresas.

3. PRODUZA ITENS ESSENCIAIS

Sem esses itens, é quase impossível prospectar clientes. São eles:

- 1. Site da sua empresa**
- 2. Apresentação da sua empresa (digital e/ou impressa)**
- 3. Cartões de visita**

4. INVISTA NAS SUAS FERRAMENTAS

Mais detalhes nas páginas seguintes.

1. Um bom computador

O coração do seu negócio. Um computador ruim te atrasa e coloca em risco os seus trabalhos, pois pode travar e perder dados. Os computadores da Apple costumam ser os preferidos dos designers, que os consideram mais estáveis e confiáveis.

2. Mesa digitalizadora

Esta ferramenta é fundamental não apenas pra ilustradores. Com ela, pode-se, também, fazer seleções e máscaras precisas, ou seja, é útil pra todo mundo que trabalha com imagem.

3. Sistema de backups

Como um profissional que vende tempo, **seu pior inimigo é o retrabalho**. E o retrabalho da pior espécie é o originado da perda de dados por acidentes e defeitos de hardware. Perder todos os trabalhos dos seus clientes é a pior coisa que pode acontecer. Sistemas de backup, como o Time Capsule, valem cada centavo.

4. Máquina fotográfica/filmadora

Se você gostar de fotografia, pode prestar serviços disso também. Mesmo que não goste, uma máquina razoável é útil pra fotografar seus trabalhos e gravar vídeos pro seu canal.

5. Tablet

Não é fundamental, mas é prático pra mostrar a apresentação em reuniões com clientes.

6. Cartões de crédito

Cartões de crédito facilitam o seu fluxo de caixa pois permitem que você pague depois suas despesas correntes. É bom que sejam internacionais, pra que possa comprar imagens, temas, assinaturas de sites etc.

7. Materiais analógicos

Com tanta tecnologia, não se esqueça dos materiais tradicionais: lápis, borracha, papel, caneta e tintas, até hoje insubstituíveis pra anotações rápidas e rascunhos.

MANTENHA ESSA ESTRUTURA ENXUTA

1. EMPRESA MEI

O **MEI—Microempreendedor Individual** é a modalidade de empresa mais barata que existe, até dispensando contratação de contador. Porém, ela só está disponível pra algumas atividades **e designer gráfico não é uma delas**. Mas é possível dar um jeitinho pra conseguir abrir um MEI pra você! Para saber como, [clique aqui para acessar nosso grupo de facebook “MEI—Tire Suas Dúvidas”](#).

Lá dentro, você encontrará outro ebook com mais instruções a respeito.

O curso online [MEI Express](#) tem instruções detalhadas de como abrir e gerenciar esse tipo de empresa!

2. SKYPE

Vale a pena inserir créditos no Skype Premium. Como você vai precisar fazer muitas ligações (muitas vezes interurbanas e até internacionais) para prospectar e se comunicar com seus clientes, fazer essas ligações pelo Skype pode representar uma economia de **200 vezes ou mais** na sua despesa com telefone.

Além disso, os clientes que têm conta no Skype vão te ver online e ter a sensação que você está “sempre ali”, o que é positivo. Também é possível alugar um número de telefone do Skype e receber chamadas telefônicas por ele, o que é muito legal.

MANTENHA ESSA ESTRUTURA ENXUTA

3. ADOBE CREATIVE CLOUD E CS2

É possível economizar também nos softwares. O famoso pacote Adobe (Photoshop, Illustrator, Indesign, Dreamweaver etc) **está disponível gratuitamente na versão CS2.**

Além disso, é possível alugar a versão CS6, ao invés de comprá-la, num serviço conhecido como **Creative Cloud**. Com isso, ao invés de desembolsar uma grana preta comprando os softwares, paga-se uma quantia mensal bem barata para usá-los, além de, em alguns casos, ter **preços promocionais para estudantes!**

4. ESCRITÓRIOS VIRTUAIS

“Escritórios virtuais” são serviços oferecidos por alguns centros comerciais que consistem em, mediante o pagamento de uma taxa (não muito cara) você obtém o direito de usar um endereço comercial para o seu negócio, sem precisar estar lá.

Ou seja, você pode trabalhar de casa mas informar o endereço do seu escritório virtual para seus clientes, passando uma imagem bem mais profissional. E, caso o cliente queira fazer uma reunião no seu endereço comercial, não tem problema: você pode alugar uma sala de lá só pro dia e horário que precisar.

Alguns desses serviços incluem um telefone comercial com secretária para repasses de recados.

ORGANIZE-SE

Utilize a tecnologia e a **computação em nuvem** pra organizar seus compromissos, trabalhos e finanças:

1. AGENDAS E CALENDÁRIOS SINCRONIZADOS

Utilize um sistema de calendário e agenda que sincronize no seu computador, tablet e smartphone (por exemplo: iCal). Assim, esteja onde estiver, quaisquer dados que inserir neles entrarão automaticamente em todos os dispositivos, fazendo com que você **minimize tempo gasto em trabalhos administrativos**.

2. GERENCIADOR DE PROJETOS

É essencial usar um e encorajar os seus clientes a usá-los junto com você. As tarefas ficam muito mais organizadas e acaba o inferno da trocação de e-mails interminável. Ele também é essencial para que consiga atender todos os seus clientes remotamente de forma organizada, permitindo que trabalhe de onde quiser. Recomendo o incrível **Asana** (www.asana.com). **É gratuito!** [Clique aqui para assistir uma introdução ao Asana.](#)

3. GERENCIADOR FINANCEIRO

Controle suas Receitas e despesas bem como as Propostas Comerciais enviadas, aprovadas e rejeitadas. Recomendando o **Bling** (www.bling.com.br). **É gratuito!**

4. PLANILHAS

Utilize planilhas para calcular o seu valor/hora e conseguir, portanto, precificar os seus Projetos de uma maneira coerente. Nada de “achismos” com valor de serviços!

ESTUDE MARKETING E PUBLICIDADE!

É muito importante se atentar para a importância desses temas. **Estude bastante sobre isso.** Além de aplicar os aprendizados no seu negócio, você vai poder:

VENDER SOLUÇÕES CONJUNTAS

Una seus conhecimentos de design gráfico e marketing e ofereça soluções que envolvam essas duas áreas para seus clientes. Assim, **você aumenta seu “ticket-médio”** (o valor que te pagam por trabalho, em média) **e ainda faz os seus clientes economizarem**, pois, ao invés de terem que contratar outra empresa para fazer o Plano de Marketing, podem fazer tudo com você.

OFERECER SERVIÇOS RECORRENTES

Mediante o pagamento de um **“fee mensal”** (como uma mensalidade), o cliente pode contar com você para elaborar as peças gráficas da rotina do Planejamento de Marketing dele, ao longo do ano. É melhor e oferece mais estabilidade de receitas do que só viver de “jobs” avulsos.

ESTUDE MARKETING E PUBLICIDADE!

Você pode estudar marketing fazendo uma faculdade disso, o que seria ótimo, mas também pode estudar sozinho, lendo livros e fazendo cursos. Existem alguns cursos de marketing excelentes na internet.

Recomendo esses cursos abaixo porque são realmente transformacionais, mudaram a minha trajetória profissional e até a minha maneira de enxergar o mundo (**clique nos ícones para mais informações**):

Os 8Ps do Marketing Digital

Remindset Empreendedor

ARGUMENTOS DE VENDA

Fazendo tudo isso que foi recomendado até agora, você vai ter uma série de **argumentos de venda** para te ajudar a convencer novos clientes a fechar contratos, mesmo que você cobre mais caro que e seus colegas que cobram baratinho demais:

- 1. Você é mais barato do que grandes agências de Comunicação e Marketing**
- 2. Você é mais barato do que contratar empregados pra executar seu trabalho**
- 3. CNPJ + endereço comercial = Responsabilidade Civil**

Este último tópico é muito importante e muita gente não presta atenção. Quando você tem uma empresa, você atende seus clientes de forma diferenciada. Sua relação com eles passa a ser regulada pelo **Código de Defesa do Consumidor**, ou seja, você tem muito mais responsabilidade! Seu CNPJ (ainda que seja “MEI”) e o endereço comercial são como uma “cara a tapa” que você coloca como garantia da qualidade dos seus serviços, pois eles o colocam vulnerável até para um processo judicial, se o cliente se sentir lesado.

Assim, seus clientes podem se sentir muito mais seguros ao serem atendidos por você. Um “freela” autônomo poderia “sumir do mapa” com o dinheiro que o cliente pagou de sinal, por exemplo, e seria muito mais difícil rastreá-lo. Além disso, contratando um autônomo, o cliente empresa paga 20% de impostos. Só por causa dessas coisas, você já pode cobrar mais caro do que os autônomos. Este é um argumento muito poderoso, para ser utilizado quando um futuro cliente compara seu preço com o de um autônomo.

UTILIZE SEUS CANAIS DE MARKETING

“Canais de marketing” são todos os meios e mídias que podem te render novos trabalhos e clientes. São eles:

1. Site da sua empresa

2. Apresentação/portfólio digital

Faça uma apresentação em pdf e hospede no serviço online **issuu** (é gratuito!), para mostrar pra todos os seus “prospects” (ou seja, potenciais clientes). Por exemplo: <http://holografi.co/go/portfolio>

3. Participações em eventos

Participe de eventos como a [Feira do Empreendedor](#), [Campus Party](#) e o [Rio Startup Meetup](#). Eles são cheios de gente procurando designers para diversos projetos!

4. Participações em exposições e bienais

5. Festas de abertura e aniversários da sua empresa

É uma boa fazer uma festinha ou coquetel para anunciar a abertura e os aniversários da sua empresa!

6. Aulas em instituições de ensino

Com um portfólio legal, você já pode ser instrutor em uma escola. Além de ser um dinheiro a mais, te ajuda a passar ainda mais credibilidade e seus alunos podem se tornar ou indicar clientes.

7. Redes sociais

O seu Tweeter, Facebook e Instagram podem te render muitos clientes, se bem utilizados.

TAREFAS ROTINEIRAS DE MARKETING

“Fazer marketing” envolve estas atividades básicas:

1. Escrever artigos pro seu site/blog

Isso é importante para você começar a ser encontrado nos mecanismos de busca quando procurarem pelos temas que você domina.

2. Escrever artigos como “guest post”

“Guest post” é escrever no site/blog de outras pessoas, como convidado.

3. Produzir conteúdos próprios para gerar mídia e “dar sinal de vida”

“Conteúdos próprios” são coisas exclusivas suas, e não compartilhadas de outros, que você pode postar no seu site e nas suas redes. Podem ser, por exemplo: mockups de trabalhos novos e antigos, ilustrações, rascunhos, vídeos, algo curioso que você faça.

4. Produzir vídeos para o seu canal no You Tube (tenha um!)

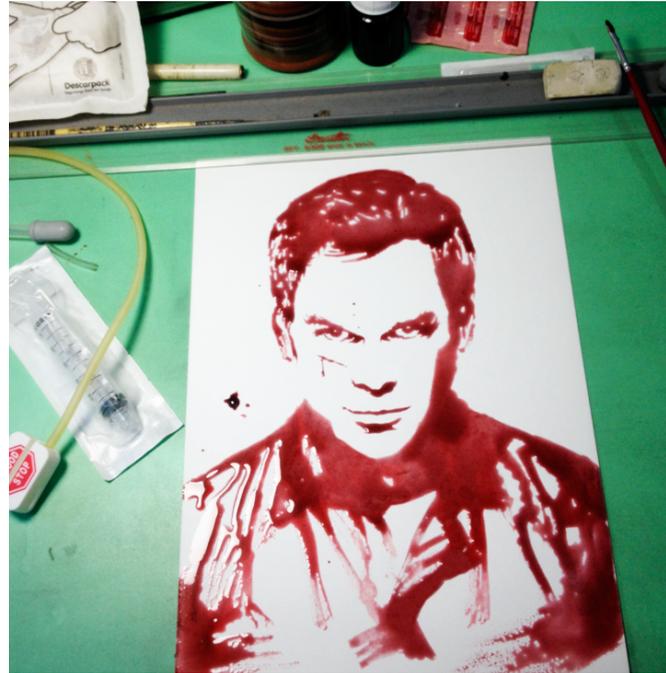
5. Construir lista de e-mails e trabalhá-la

É importantíssimo construir uma lista de e-mails com seus “prospects” (potenciais clientes), os clientes atuais e seus parceiros e, de tempos em tempos, se comunicar com eles pra contar as novidades, mostrar os últimos trabalhos, organizar eventos, promoções, cupons etc. Existe uma infinidade de técnicas pra isso, demonstradas nos cursos indicados na pág. 18.

EXEMPLOS DE CONTEÚDOS PRÓPRIOS

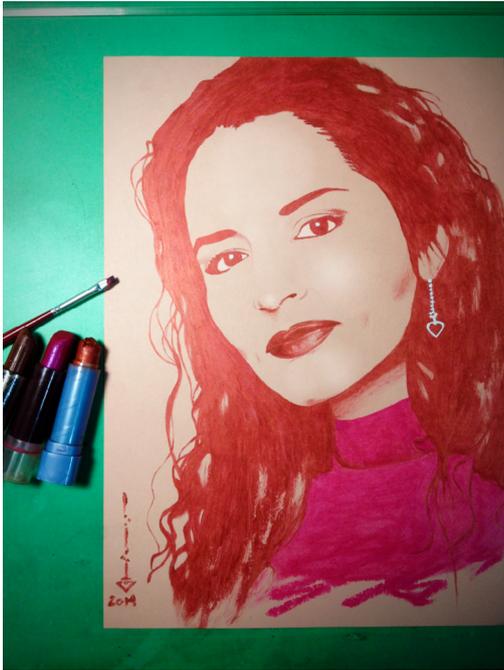


Série de desenhos que fiz com materiais inusitados. No caso do desenho acima, é o Aécio Neves desenhado com molho de tomate.



Nesse aqui, desenhei o Dexter com meu sangue! kkkkk!

EXEMPLOS DE CONTEÚDOS PRÓPRIOS



Retrato de uma amiga, feito com batons.



Luciana Genro, feita com Coca-Cola.



Anitta, desenhada com esmalte.

COMO OBTER NOVOS CLIENTES

Estes são os meios de **Prospecção Passiva**, ou seja, quando os clientes vão até você, o que é o ideal, tanto por dar menos trabalho quanto pela percepção de valor que eles terão de você.

1. Formulário de contato do seu site

2. Canal no Youtube

Atualmente, nada atrai mais tráfego do que vídeos. Seu canal pode ter vídeos variados, mas uma boa dica é produzir conteúdos que sirvam pra ajudar e educar seus potenciais clientes, o chamado **Marketing de Educação**. Por exemplo: se você fizer um tutorial ensinando a fazer um logotipo básico, muitos, mesmo aprendendo, vão preferir te contratar pela confiança que despertou neles com seu conhecimento.

3. Mídia gerada pelo seu conteúdo próprio

Você pode sugerir que alguns portais publiquem o seu conteúdo próprio, o que gera grande tráfego.

4. Indicações de clientes atuais ou passados

5. Indicações de parceiros

Uma ideia legal é combinar uma comissão para contratos fechados por indicação de seus amigos/parceiros.

COMO OBTER NOVOS CLIENTES

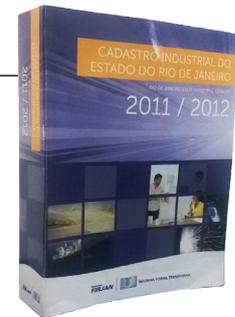
Estes são os meios de **Prospecção Ativa**, ou seja, quando você corre atrás dos clientes. Não é o ideal, mas é necessário fazer também, pra diversificar seus métodos.

1. E-mail marketing;

A sua lista de e-mails com clientes atuais, parceiros e “prospects” **é um dos seus ativos mais preciosos**. Periodicamente, estabeleça contato com essa lista. Mostre no que está trabalhando no momento, invente promoções e cupons de desconto, principalmente para reativar clientes antigos. Os cursos indicados na página 18 se aprofundam nas técnicas de e-mail marketing.

2. Ligações para outras empresas, pedindo pra enviar a sua apresentação

Existem diversos **catálogos comerciais** com contatos de diversas empresas que você pode comprar ou até obter de graça. A partir daí, quando tiver um tempo vago entre um atendimento e outro, pode ligar pra eles pra se apresentar e pedir permissão pra mandar, por e-mail, a apresentação da sua empresa que você montou e hospedou no issue. Essa estratégia dá resultado, mas se prepare pra fazer bastantes ligações!



Catálogo comercial da Firjan

COMO OBTER NOVOS CLIENTES

DÊ PREFERÊNCIA PRAS MÉDIAS E GRANDES EMPRESAS!

As empresas pequenas, iniciantes e pessoas físicas têm problemas com fluxo de caixa (ou seja, vão pedir mais descontos e atrasar pagamentos mais frequentemente) e te demandam mais energia pra atender do que as empresas grandes, por conta da inexperiência e indecisão delas com o próprio negócio.

NÃO DEPENDA DE SITES COMO O WEDOLOGOS E SIMILARES!

As concorrências criativas são legais para os clientes pequenos, mas não valem a pena pra quem busca uma renda robusta no design. Os potenciais clientes dali demandam muito tempo e energia, por exigirem várias versões, e, a cada concorrência que você não “ganha”, fica com um tempo enorme literalmente perdido. Esse tempo poderia ser melhor investido em qualquer uma das suas atividades de marketing, principalmente as ligações para empresas. Além disso, um cliente que você por acaso atenda assim raramente será fiel: provavelmente, ele recorrerá à plataforma novamente nos próximos trabalhos, ou seja, você não terá a oportunidade de lucrar.

SEJA UM EMPREENDEDOR SEM FRONTEIRAS!

TENHA INGLÊS FLUENTE

Caso não tenha, faça cursos de inglês para adultos, de aprendizagem rápida, chamados [speed learning](#). O curso online [Empreendedor Sem Fronteiras](#) promete fluência em 4 meses!

PROSPECTE CLIENTES ESTRANGEIROS

Monte uma versão em inglês da sua apresentação/portfólio digital, hospede-a no *issuu* e utilize as mesmas táticas de marketing que aprendeu aqui com “prospects” estrangeiros.

Você também pode se cadastrar no [oDesk](#) e captar muitos trabalhos de estrangeiros por lá.

Assim, você ganhará em **dólares** ou em **euros**, o que é muito bom nesses tempos de câmbio elevado.

Dica: para clientes americanos, mesmo que você cobre o suficiente pra fazer o dobro do que você normalmente cobraria aqui (após a conversão em Reais), você ainda estará cobrando cerca de pouco mais que a metade que os profissionais de lá cobram. Ou seja, para eles, nós somos mão-de-obra barata e você estará ganhando mais por causa da cotação. Aproveite!

BOM TRABALHO = BOM CONTRATO!



Sem um contrato, seus trabalhos tendem a se perder em meio a versões e alterações intermináveis, o que não é bom, já que vendemos tempo. Quanto menos tempo levamos para concluirmos os trabalhos, melhor.

O seu contrato deve ser uma obra de arte e deve conter itens fundamentais:

1. Apresentação

2. Escopo

“Escopo” = definição clara e objetiva do que você vai fazer e até onde vai o seu trabalho. É uma boa ideia enfatizar, no Contrato, **o que você não vai fazer**, pra que isso não seja cobrado depois.

3. Definição e limites de refações

“Refações”= alterações nos trabalhos que você envia para o cliente. É importante estabelecer uma quantidade limite, senão você pode cair em uma espiral sem fim de “ajustezinhos”.

4. Definição dos “itens entregáveis”

Clareza sobre quais arquivos que serão entregues no escopo.

5. Definição de cronogramas e prazos bilaterais

Você, naturalmente, terá prazos para entregar suas peças, mas o cliente também deve ter prazos pra enviar os materiais que você precisa pra trabalhar (por ex: conteúdos do site) e os feedbacks/aprovações das peças. Se o cliente achar que você tem prazos mas ele pode responder na hora que quiser, fica complicado.

CONSTRUA UM MIX DE RECEITAS



1. ENTREGA DE PEÇAS DE DESIGN

2. CONSULTORIAS

Ficando fera em design e marketing, alguns clientes podem te pagar só pra orientá-los, a famosa **consultoria**.

3. SALÁRIOS (INSTRUTOR)

4. EVENTOS E WORKSHOPS

Organizar eventos é uma ótima ideia pra fazer dinheiro e construir um poderoso network.

Dica: designers e ilustradores famosos são pessoas muito ocupadas e costumam gostar de propostas de pessoas que organizem eventos pra elas. Proponha algum tipo de sociedade com eles e organize workshops temáticos (por ex: caligrafia, grafite, empreendedorismo etc).

SOBRE O AUTOR



Lucas Santos é designer gráfico e co-fundador do [Estúdio Holográfico](#).

Antes disso, formou-se em Direito e passou muitos anos trabalhando como empregado em uma área que não gostava, apenas por dinheiro e “status”.

Depois de desperdiçar muitos anos dessa forma, tomou coragem e resolveu se dedicar a algo que realmente gosta: o **design gráfico**, mesmo tendo que largar a carreira jurídica que já tinha começado e sem ter certeza de que teria retorno financeiro fazendo isso.

Após essa reviravolta, se dedicou aos estudos e, pouco tempo depois, conseguiu construir uma renda maior do que a tinha na carreira jurídica. Se tivesse lido este ebook na juventude, provavelmente nunca teria cursado Direito e sua vida teria sido completamente diferente.

Após passar por essa experiência, achou que seria interessante compartilhar as lições que aprendeu com os colegas designers, para conscientizá-los do dinheiro que podem fazer e, assim, melhorar as condições gerais e aumentar o piso salarial da classe.

Tem feito isso através da série de palestras [Empreendesign: Como Fazer Mais Dinheiro Com Design](#) e do treinamento online [Designer Empreendedor](#).

WWW.DESIGNEREMPREENDEDOR.COM.BR





Acesse pixstudios.com.br