

ПОРТФОЛИО БЕЗ КЛИЕНТОВ (ИНСТРУКЦИЯ)

Как собрать портфолио из 3-5 кейсов без реальных клиентов: бесплатные проекты для знакомых, вымышленные бренды, тестовые задания.
Оформление кейсов с цифрами

 **Почему это важно:** Клиенты не покупают услуги "вслепую". Им нужно увидеть, что вы умеете. Но что делать, если у вас еще нет заказов? Не ждать же годами. Портфолио можно собрать без реальных клиентов - и это нормальная практика. Главное - показать результат, а не просто "красивую картинку". В этом документе мы разберем три способа собрать портфолио и как оформить кейсы, чтобы они убеждали.

1. ТРИ СПОСОБА СОБРАТЬ ПОРТФОЛИО БЕЗ КЛИЕНТОВ

Способ 1. Бесплатные проекты для знакомых

Суть: Вы находите 2-3 знакомых, у которых есть бизнес или проект, и предлагаете сделать работу бесплатно в обмен на отзыв и разрешение использовать кейс в портфолио.

Кому подходит: Всем направлениям (дизайн, копирайтинг, таргетинг).

Как найти:

- Напишите знакомым предпринимателям: "Привет! Я развиваюсь в [направление]. Хочу сделать для тебя [услугу] бесплатно, чтобы пополнить портфолио. Мне нужен только отзыв и разрешение показать работу. Интересно?"
- Предложите помощь в профильных чатах: "Ищу 2-3 проекта для

портфолио. Сделаю бесплатно, качественно, в срок. Нужен только отзыв".

Что получите: Реальный кейс с результатом (пусть и небольшим), отзыв, разрешение на публикацию.

Способ 2. Вымышленные бренды (концепт-проекты)

Суть: Вы придумываете бренд (кофейня, онлайн-школа, интернет-магазин) и делаете для него работу так, как если бы это был реальный клиент.

Кому подходит: Дизайнерам, копирайтерам. Таргетологам - сложнее (нужны реальные кампании).

Как сделать:

- Придумайте бренд: название, ниша, целевая аудитория, проблема.
- Сделайте работу: логотип, оформление соцсетей, тексты, стратегию.
- Опишите кейс: "Задача - сделать [результат]. Решение - [что вы сделали]. Результат - [что получилось]".

Что получите: Красивый концепт-кейс, который показывает ваши навыки и стиль.

Способ 3. Тестовые задания от клиентов

Суть: Многие клиенты дают тестовое задание перед началом работы. Вы выполняете его, а затем используете в портфолио (с разрешения или без, если это не конфиденциальная информация).

Кому подходит: Всем направлениям.

Как найти:

- Откликайтесь на вакансии и заказы, где просят тестовое задание.
- Предлагайте потенциальным клиентам: "Могу сделать небольшое тестовое задание, чтобы вы оценили мой уровень".
- Выполняйте тестовые задания даже если не берете заказ - это опыт и кейс.

Что получите: Реальный кейс, который можно показать другим клиентам.

 **Совет:** Комбинируйте все три способа. Например, 1-2 бесплатных проекта для знакомых + 2-3 концепт-кейса + 1 тестовое задание. Этого достаточно, чтобы начать продавать.

2. ПРИМЕРЫ КЕЙСОВ ДЛЯ КАЖДОГО НАПРАВЛЕНИЯ

2.1. Дизайнер

Кейс: Оформление соцсетей для кофейни "Утро" **КОНЦЕПТ**

Задача: Создать визуальный стиль для кофейни, чтобы привлечь молодую аудиторию и увеличить подписки.

Решение: Разработал аватар, обложку, 10 шаблонов для постов (меню, акции, атмосфера), 5 шаблонов для сторис. Использовал теплую цветовую палитру (коричневый, кремовый, зеленый).

Результат: Концепт показал, как можно увеличить вовлеченность за счет единого стиля. В реальном проекте это дает рост подписчиков на 20-30% и повышение узнаваемости.

Кейс: Логотип для IT-стартапа "DataFlow" **БЕСПЛАТНО ДЛЯ ЗНАКОМОГО**

Задача: Создать современный логотип для стартапа в сфере аналитики данных.

Решение: Разработал 3 концепции, клиент выбрал минималистичный вариант с абстрактной волной. Подготовил файлы в AI, EPS, PNG, PDF.

Результат: Логотип используется на сайте и в презентациях. Клиент оставил отзыв: "Получил именно то, что хотел - стильно и быстро".

2.2. Копирайтер

Кейс: Текст для лендинга онлайн-курса по фотографии **КОНЦЕПТ**

Задача: Написать продающий текст для лендинга курса, чтобы увеличить конверсию в

заявку.

Решение: Проанализировал целевую аудиторию (начинающие фотографы), разработал структуру (оффер, боли, решение, программа, отзывы, СТА), написал текст с акцентом на результат.

Результат: В концепте конверсия выросла с 2% до 4,5% (расчет на основе тестовых данных). В реальном проекте это дает +2-3% конверсии и рост заявок.

Кейс: Серия email-рассылок для интернет-магазина косметики

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

Задача: Написать 3 письма для приветственной серии, чтобы увеличить повторные покупки.

Решение: Создал цепочку: письмо-знакомство, письмо с полезным контентом, письмо с промокодом на скидку 10%.

Результат: Клиент отметил, что тексты понятные и продающие. В реальном проекте это дает рост открываемости до 25-30% и увеличение повторных покупок.

2.3. Таргетолог

Кейс: Настройка Яндекс.Директ для стоматологии "Дентал"

БЕСПЛАТНО ДЛЯ ЗНАКОМОГО

Задача: Настроить рекламу, чтобы получать заявки на имплантацию по цене не выше 800 ₽ за лид.

Решение: Настроил поисковую кампанию, создал 5 объявлений с акцентом на бесплатную консультацию, настроил аналитику и цели.

Результат: За месяц получено 25 заявок по цене 650 ₽ за лид. Клиент оставил отзыв: "Впервые реклама работает и приносит пациентов".

Кейс: Аудит рекламной кампании для интернет-магазина одежды

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

Задача: Провести аудит текущих кампаний и дать рекомендации по снижению стоимости заявки.

Решение: Проанализировал кампании, выявил 3 ключевые ошибки (неправильные ключевые слова, отсутствие ретаргетинга, слабые креативы), предложил план улучшений.

Результат: Клиент внедрил рекомендации и снизил стоимость заявки на 30%. В портфолио - кейс с конкретными цифрами.

3. КАК ОФОРМИТЬ КЕЙС, ЧТОБЫ ОН УБЕЖДАЛ

Кейс - это не просто "картинка". Это история с задачей, решением и результатом. Структура кейса:

Блок	Что включить	Пример
Заголовок	Кратко: для кого и какой результат	"Как я увеличил заявки для стоматологии на 40% за месяц"
Задача	Что нужно было сделать, какая была проблема	"Клиент хотел получать заявки на имплантацию по цене не выше 800 ₽"
Решение	Что именно вы сделали (пошагово)	"Настроил поисковую кампанию, создал 5 объявлений, настроил аналитику"
Результат	Конкретные цифры и факты	"25 заявок по цене 650 ₽ за лид, рост обращений на 40%"
Отзыв	Цитата клиента (если есть)	"Впервые реклама работает и приносит пациентов"
Визуалы	Скриншоты, фото, графики	Скриншот статистики, фото "до/после"

 **Совет:** Если у вас нет реальных цифр (например, в концепт-кейсе), используйте расчетные или прогнозные данные: "В реальном проекте это дает рост на 20-30%". Это честно и показывает, что вы понимаете, как измерять результат.

4. ГДЕ РАЗМЕСТИТЬ ПОРТФОЛИО

- **Notion:** Создайте страницу с кейсами, добавьте визуалы и описания. Бесплатно и удобно.
- **Tilda / Readymag:** Если хотите красивый лендинг. Можно сделать бесплатно или за небольшую плату.
- **Google Drive:** Папка с PDF-файлами кейсов. Просто, но менее презентабельно.
- **Behance / Dribbble:** Для дизайнеров. Позволяет показать работы и получить обратную связь.

- **Telegram-канал:** Публикуйте кейсы в виде постов. Это и портфолио, и привлечение клиентов.
- **Личный сайт:** Если есть, разместите раздел "Портфолио".

5. ЧЕК-ЛИСТ ПО СОЗДАНИЮ ПОРТФОЛИО

- [] Определено направление (дизайн, копирайтинг, таргетинг).
- [] Выбран способ: бесплатные проекты, концепты, тестовые задания.
- [] Собраны 3-5 кейсов.
- [] Каждый кейс оформлен по структуре: задача, решение, результат, отзыв, визуалы.
- [] Добавлены цифры и факты (даже расчетные).
- [] Получены отзывы от знакомых (если делали бесплатно).
- [] Портфолио размещено на выбранной платформе (Notion, Tilda, Telegram).
- [] Ссылка на портфолио добавлена в профили на биржах и в соцсетях.
- [] Портфолио регулярно обновляется (добавляются новые кейсы).

 **Важно:** Не публикуйте работы, которые вы не делали, или чужие кейсы. Это разрушает доверие. Лучше 3 честных кейса, чем 10 фальшивых.

Документ разработал:

_____/_____
(подпись, ФИО)
"__" _____ 20__ г.

© Бизнес-пакет: Digital-услуги без сотрудников - Портфолио без клиентов (инструкция),
версия 1.0.

Рекомендуется использовать в сочетании с проверкой спроса и стратегией привлечения.