

SAMPLE FROM MARKETING TIPS FOR TRANSLATORS – THE ULTIMATE GUIDE OF BUSINESS TIPS FROM THE PODCAST

THIS IS A COMPLIMENTARY SAMPLE CHAPTER FROM THE BOOK AND NOT FOR RESALE OR REDISTRIBUTION WITHOUT PERMISSION OF THE AUTHOR
COPYRIGHT © 2017 ALL RIGHTS RESERVED

In respect of the many other contributors to this book, and for administrative ease, I have chosen one of my own contributions for the sample chapter. I have also included the introduction and table of contents.

INTRODUCTION

Translators are well equipped to thrive in an environment where education, hard work and attention to detail can yield large benefits. Among these benefits are the freedom to choose when to work, a steady income, and continual exposure to new people and stimulating ideas.

Effective marketing – of yourself, of your business – can help you reach the next level of success. The ideas and tools explored in this book have produced positive results for translators at every stage in the game and they will for you too, whether you are a translator who:

- Is just getting started as a freelance translator or interpreter
- Needs proven marketing tactics and step-by-step strategies to create a steady stream of income
- Wants to take a translation career to the next level using marketing techniques and strategies

If you find yourself in one of the above categories, hungry for the skills and tools that will grow your business – then this book can help.

HOW TO USE THIS BOOK

Each section of this book is adapted from a podcast interview with an established translator or other professional. I started my website and podcast Marketing Tips for Translators [<http://marketingtipsfortranslators.com/archive/podcast/>] to connect with and share information within the international translation community. We have many issues and concerns

in common and the podcast is a meeting ground of sorts for those of us who spend a lot of time alone working on documents.

The chapters in this book will help you discover the inspiration you need to market your translation services in an efficient way, as well as fresh ideas about productivity and tools for organizing your time and workday. We'll also cover proven methods and systems for marketing to your ideal potential clients, and strategies for maintaining a continuous marketing plan for finding new clients, keeping your existing clients, and getting the word out about your translation services. We'll show you how to get clients to find you, instead of you trying to find them.

The language will be more familiar or relaxed, since it is based on audio recordings. However, the tips are just as valuable, and are presented in a distilled, written format.

TABLE OF CONTENTS

Introduction.....	1
How to use this book.....	1
A special thanks	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Table of Contents	2
Chapter 1 – GETTING STARTED.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Trial and error – just get started.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Getting experience	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Tips for starting to market your translation services.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
The biggest mistakes beginners make.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Mastering language learning for translators	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Translation as a tool to learn a language.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Books	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Skype.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Immersion.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to specialize.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
The benefits of specializing.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Work with a specialist.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Take university level courses	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Writing CVs and alternatives to CVs	Fel! Bokmärket är inte definierat.

Adapt your CV.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Make use of digital features	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Be specific.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Avoid these mistakes	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Alternatives to CVs	Fel! Bokmärket är inte definierat.
CV scams and how to avoid them.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How do people use false CVs?.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
What can we do to prevent people from stealing our information and pretending to be us?	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to calculate your rates.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Establishing earning goals.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Quoting	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Calculating rates	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Invoicing and getting paid	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Basic Invoicing tips.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Overdue invoices	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Mistakes that can lead to you not getting paid	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Working with agencies	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Where to find the good agencies	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to contact them.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How can we help agencies find us?	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Test translations	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Signing contracts.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Creating a favorable impression	Fel! Bokmärket är inte definierat.
What do agencies look for in freelance translators?.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How do agencies deal with false applications?	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Some don't's when applying to a translation company	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Some do's	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to make your translation business stand out.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
You are in charge	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Agencies, direct clients, or both	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Looking at our attitude	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Attitude and clients	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to position ourselves as experts.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.

Effective communication skills for translators	Fel! Bokmärket är inte definierat.
turnaround time	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Other needs customers may have	Fel! Bokmärket är inte definierat.
The Values you offer	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Here are some tips to improve communication, both written and oral, especially with potential and current clients:	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Tips from the Get Clients Now Program	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Marketing pipeline.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Success ingredients.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Choosing marketing activities.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Success factors for the marketing pipeline.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Following up	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Face-to-face networking.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to network.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Get over the fear	Fel! Bokmärket är inte definierat.
What networks to focus on	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Focus on helping.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Before the event.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
During the event.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Follow-up.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Pricing strategies	1
Pricing zones.....	9
Extra charges and discounts	Fel! Bokmärket är inte definierat.
By the word, hour or project?	9
Package pricing	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Negotiating your prices	11
Raising your rates	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Value pricing	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to earn more with existing clients.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to get your first Three direct clients.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Three action steps to reach these first direct clients	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Tips for reaching the large numbers.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Using other service providers	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Leveraging existing resources and contacts	Fel! Bokmärket är inte definierat.

Negotiation skills	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to deal with difficult or demanding clients	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Negotiation mistakes to avoid	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Understanding the sales process	Fel! Bokmärket är inte definierat.
First contact	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Monitoring	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Closing	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Becoming better at selling	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Branding for freelancers	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to start branding.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Mistakes to avoid in branding	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Business-to-business marketing	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to reach other businesses with our marketing message.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
The five most important tips when marketing to businesses	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to market your translation services to direct clients you cannot meet	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Warm email prospecting	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Stealth marketing	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Mistakes when marketing to direct clients	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Elements of a marketing plan for translators	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Analysis	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Objectives	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Products and services offered	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Budget	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Marketing Materials	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Creating “marketing personas” for your freelance translation business	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Using marketing personas for improved marketing	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Questions to ask when developing marketing personas	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Warm email prospecting for translators	Fel! Bokmärket är inte definierat.
The difference from sending a regular sales letter or email	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Pay attention to the subject line	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Doing the research	Fel! Bokmärket är inte definierat.
End with a call to action.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Lead nurturing	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Marketing for literary translators	Fel! Bokmärket är inte definierat.

Start with contacting smaller publishers	Fel! Bokmärket är inte definierat.
And authors	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Create a portfolio.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
TIME MANAGEMENT AND finding balance	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Juggling work and life	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Biggest challenges with time management	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Distractions	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Tackling procrastination	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Workspace	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to get things done	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Procrastination	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Daily action Packs	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Distraction and focus.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Getting organized	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Work-life balance, working efficiently and preparing for time off	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Track your time.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
To-do lists	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Get organized	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Prioritize tasks to get them done	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Focus.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
End your workday.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Stress-release	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Take the vacation.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to get rid of digital clutter	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Decluttering email	Fel! Bokmärket är inte definierat.
File management	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Organizing passwords.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Procrastination and tackling bigger projects	Fel! Bokmärket är inte definierat.
The feast or famine cycle.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to organize and keep a paperless office.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Keeping digital documents safe.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Tools	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Productivity and organization apps for translators	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Getting to Inbox Zero.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.

Separate inboxes	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Actionable or not?	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Filters	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to use a website to market your translation services	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Planning the website	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Content	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Design	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Search engine marketing	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Marketing and promoting your website.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Here are a few more tips you can use to promote your site off-site:	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Providing proof of your skills	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Using information products to add value to your website	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to provide more value to a website	Fel! Bokmärket är inte definierat.
A typical sales cycle for potential clients that find your website	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Building trust	Fel! Bokmärket är inte definierat.
SEO tips for translators.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Keywords	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Here's a recap of the most important tips for following the new rules about optimization for Google:	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Blogging for translators	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Blogging for clients	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to start a blog	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Using LinkedIn to market translation services.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Profile	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Common mistakes	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Groups	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Using the search function	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Connecting.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Google+ tips for translators.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
SEO.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Content-centric.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Google+ Page	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Google+ Groups	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Google+ Profile versus Page	Fel! Bokmärket är inte definierat.

Google Ads as a marketing tool for translators	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to get started	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Monitoring the campaign	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Setup.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Tweaking for results	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How to become a world-class translator	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Humility	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Collaboration	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Perseverance	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Having a continuing education strategy	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Maintaining your second language	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Protecting yourself and your business	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How do we protect our business assets?	Fel! Bokmärket är inte definierat.
How do we protect and cultivate our motivation and balance?	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Having a working strategy for your business.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Conclusion	Fel! Bokmärket är inte definierat.
List of professional organizations and associations.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Online resources.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
List of contributors to this book	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Further reading.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.

PRICING STRATEGIES

Seventy percent of the respondents to an informal survey I conducted in 2016 thought finding higher-paying clients was the hardest part of starting out in translation. The second-hardest was setting prices for services. However, once you figure out your target per hour income and decide how many hours you can work, you can base your project prices on these numbers quite easily. Or set a pricing range so you can be a bit flexible with your rates and leave some room for negotiation.

PRICING ZONES

You might have already noticed in your translation career that you can complete some jobs faster and generate more income per hour, whereas others are slower and generate less income per hour. You could set different prices for different jobs if you wanted to and still get the same per-hour income by developing different price zones. These help us determine whether we should take on a job or not, or perhaps try to negotiate the rate.

One way to look at it is to imagine green, yellow and red price zones. Green rates are premium rates. As long as the job is not too difficult, or looks like it will not take too long, we should try not to turn down a green zone job as long as it is within our expertise.

The yellow zone price is when the rate offered is our minimum rate. It's not an ideal rate, but it is worth considering. Perhaps the job is very easy, or fast, and we can earn good money. Or perhaps it has been a bit slow on the work front lately and we need to take it on to earn some money that week or month. It could also be a really interesting and fun project where we can learn something or develop a new skill.

If the price offered dips down into the red zone, we should turn it down. We must have a red zone in order to have a viable business and make ends meet. But what if we said yes to a project in the red zone only to be so booked up that we did not have time to take on a better paying project, or to market to the clients that pay better? In the long run, we're better off turning down these projects. Try to market to better-paying clients instead.

BY THE WORD, HOUR OR PROJECT?

Of the different rate options we have, the most common at agencies is to charge by the word. Direct clients usually don't know what that means; however, it is still the norm in our industry and in the agency market.

The advantage here is that if you charge by the source word, everyone knows in advance exactly how much the translation is going to cost before the project even starts. The disadvantage is that billing by the word makes translation seem like a commodity. Per-word billing also discourages us from doing thorough research, because we're not earning money for doing the research, we're just earning for each word we translate. Another option is to charge by the hour. This is simple and easy to negotiate and rush rates can be established. If it is a time-sensitive job, an hourly rate can also be adjusted to make up for changes in the job scope, for example if the client adds material to the translation, or if it takes a lot longer than anticipated.

The disadvantage is that clients may be wary that there is no fixed price or ceiling price. Interestingly, most translation agencies seem to be resistant to paying the hourly rate that is equivalent to what we make when we bill by the word.

Unless we have a very good handle on the translation speed for every document, or unless our clients will agree to start a project without a binding quote, knowing exactly how to estimate a job on a per-hour basis can be very difficult. Another popular option among freelance professionals is to use project fees. These can be tailored to match the scope of the job and enable us to predict our income more easily. This method has the advantage of allowing us to tweak the per-word or per-hour rate without discussing the details with the client. It also gives the client one number to focus on, and they don't need to worry about words or hours. I usually give a project price to my direct clients. The disadvantage of using project rates is that it's also difficult for us to calculate how long it will take. If your client tries to add on extras to the project, you might have to renegotiate, which can get tricky. Another disadvantage is that we get locked into this fixed bid, and there is no wiggle room if the project takes twice as long as expected.

Direct clients are used to paying in a variety of ways; however, they're usually not used to per-word rates, which they find confusing. You can do them a favor by charging by the project hour or even use a day rate. The further you get away from per-word pricing, the better for this type of client.

NEGOTIATING YOUR PRICES

As a business owner, you have to make some tough decisions – including walking away from work that does not pay what you charge. There will always be clients looking for world-class quality, but who are not very price-sensitive. But if you charge adequate rates, you do not need hundreds of clients, you just need a few good repeat customers. Most discussions about rates involve an element of negotiation. The better you are at negotiating your price, the better your rates will be. The first and easiest negotiation tip to remember is to reduce the scope of your work in the project, rather than reducing the rate. This acts as a first line of defense for your rates and helps ensure that you do not do more for less. For example, when negotiating a project with a client, price isn't the only thing on the table. You can discuss deadlines, delivery methods, communication preferences, and other options. The more variables you can negotiate, the higher the likelihood that both parties will feel like winners.

Another tip is to try not to be the first to suggest a number. Instead, wait for a quote proposed by the client. The other party often has much more information than you do. Wait for the client to state their budget, and then start the negotiation. Establish the lowest rate you can accept and don't budge. Don't go into the red zone. Of course, we must always be ready to walk away from a negotiation if it's not going to work out. A good way to make sure we are ready to walk away is to have a buffer of savings. That way, when the jobs are few and far between, we don't have to agree to something just because we're desperate to get some money and pay our bills. If we do sometimes accept a lower rate for a project, it's important to remind the client that this is an exception and it's for this project only. Don't establish the precedent of a lower price for that client.

From solo episode by Tess Whitty [<http://marketingtipsfortranslators.com/episode-30-tips-pricing-strategies-negotiation-raising-prices-translators/>]