



[Come creare un portfolio online](#)

Creare un portfolio online serve, soprattutto se hai fatto una certa esperienza e vuoi dare al tuo potenziale cliente un quadro completo di cosa puoi fare per lui.

Come copywriter freelance, ecco cosa non può mancare nel tuo portfolio.

La professionalità

La professionalità è una parola grossa. Nasconde una serie di competenze da dimostrare, più che da dire. Qualche esempio?

L'uso delle parole chiave in quello che scrivi. Ti limiti a ricopiare la keyword nel titolo? Prendi le keyword che trovi e crei singole pagine con il copia-incolla? Ecco, puoi dire che sai scrivere i testi, ma se l'organizzazione è questa...

Sai scrivere una landing page? Se vuoi dimostrarlo, potresti creare sul tuo portfolio una landing per convincere il tuo cliente che sei la persona giusta per i suoi obiettivi.

Quali sono le tue esperienze? Se hai già esperienza su un determinato argomento o su un determinato modo di scrivere, è meglio. Molti inseriscono semplicemente i progetti dove hanno collaborato, con una scheda interna dove si spiega il tipo di articoli, le competenze richieste, ecc.

Alcuni temi ti danno la possibilità di inserire una frase nel collegamento alla scheda. Perché, invece di “Collaborazione con Sito.it” non ci metti una bella call? L’assenza di esperienze non significa non essere un buon copywriter o non poterlo diventare.

Se non sai cosa mettere nel tuo portfolio, puoi creare una pagina Facebook. Potrai così illustrare i tuoi servizi e pubblicare le prime esperienze. La pagina si può fare anche su Google Plus. Non dimenticarti di LinkedIn, molto valido per i cacciatori di teste italiani ed esteri.

Esperienza, creatività e dimostrare quello che si sa fare sono le chiavi di un buon portfolio.

L’attenzione è forse la capacità più importante per il copywriter. Anche qui, dietro ci sono altre parole: cura per i dettagli, ascolto, interesse, curiosità. Tutte queste parole ti aiuteranno a creare il tuo stile personale di scrittura.

Ma converti?

La conversione non è facile da ottenere e non dipende solo dal copywriter. D’altra parte, puoi scrivere il testo migliore del mondo, ma se non converti siamo punto e a capo.

Per poter convertire, hai bisogno di sapere l’obiettivo del cliente e **portarlo sulla buona strada.**

Devi far capire al cliente che non può avere le condivisioni di una persona che ha un sito in giro da 10 anni e diversi canali social, ognuno con il suo social manager.

Che il copywriter non è un social manager, non è un grafico, non è un poeta, un editor, un ghostwriter. Si tratta “solo” di un copywriter, ed è già tanto così.

Per dimostrare se converti o meno, ci sono i case study. Sì, vanno meglio sui siti portfolio, anzi sono l’ideale. Anche su LinkedIn sono ottimi.

Ho trovato il nome: TizioCaio.io TizioCaio.me!!!

C’è stato un periodo dove i domini .me, .io, .guru, ecc. sono stati di gran voga. Molti hanno visto migliorare il proprio personal branding usando

nomecognome.it.

C'era anche chi, su Facebook, metteva come pagina "Nome cognome", per poter commentare a nome della pagina e, magari, portare utenti in pagina.

Sicuramente, i vantaggi ci sono, soprattutto se hai fatto già qualcosa nella vita. Il tuo nome e cognome esce da qualche parte e una persona che vuole sapere chi sei potrebbe aver bisogno di un sito portfolio dove gli dici tutto.

Per questo, però, oggi ci sono anche i profili social e, se stai iniziando, il tuo nome e cognome, a meno che non sia comune, non verrà cercato.

Poi c'è anche una cosa: e se il portfolio fallisce per qualsiasi motivo (con i dovuti scongiuri)? Se un brand muore, si può sempre risorgere, seppur con difficoltà. Se fallisce il tuo nome, però, non puoi cambiare all'anagrafe!

Quindi, il nomecognome.quellochevuoi sì, ma solo se lo sai fare e con parsimonia.

Portfolio: cosa non può mancare

Infine, cosa non può mancare in un portfolio?

- Una presentazione generale: chi sei, risultati ottenuti, cosa puoi fare, contatti.
- Una pagina per ogni cosa: una pagina "chi sono" (magari con storytelling), portfolio vero e proprio, sezione contatti con tutti i social.
- Blog. C'è chi lo mette e c'è chi no. Dipende dal progetto, basta avere il tempo di curarlo bene.
- Specialità ne abbiamo? Allora vale la pena creare una pagina diversa dal "Chi siamo" con progetti ai quali abbiamo aderito extra lavoro.
- La piattaforma giusta. Ce ne sono tantissime. Scegli un dominio di primo livello e divertiti <3. WordPress non è obbligatorio, ma è consigliato.

Buon lavoro!