

I web designer e l'ubiquità

Quella che segue è la trascrizione del podcast.

Ciao ragazzi, qui è Carlo D'Angiò. Un abbraccio a tutti voi. Finalmente ci risentiamo.

È passato un po' di tempo dall'[ultimo podcast](#), ma diciamo che sono stato impegnato sul fronte dei contenuti per un grande progetto formativo che molti di voi conoscono, ma non diciamo cos'è, altrimenti qualcuno dice che poi noi facciamo spam.

Niente spam. Lo spam non ci interessa. Quello che ci interessa invece è avere la vostra attenzione sull'argomento di questo podcast. Di cosa parliamo oggi?

Parliamo dell'**ubiquità**, ovvero, della capacità di essere sempre presenti in ogni luogo: l'**onnipresenza**.

L'onnipresenza è un dono. Ce l'hanno in pochi: Dio, Gesù, forse il *Drago delle sette sfere*. Ma meno male, dico io. Immaginate di incontrare dappertutto le persone che non sopportate. Sarebbe un inferno.

Ora, però, a parte gli scherzi, non parliamo dell'ubiquità come concetto metafisico, trascendentale. Parliamo di una ubiquità più umana, più mortale. Parliamo della capacità di un **web designer freelance** di essere in **più luoghi contemporaneamente**.

Bè, anche qui non è facile. Però, è possibile. E in questo podcast cercheremo di capire come.

Prima però voglio raccontarvi una storia. È la storia di *Marco*. Potrebbe essere il nostro Marco? L'esperto SEO che lavora con noi in azienda? Non posso dirvelo per una questione di privacy. Lascio a voi la libertà di immaginarvi un qualsiasi Marco che faccia parte della vostra vita. Però, vi assicuro che la storia è vera.

Marco, ogni mattina si siede davanti al suo portatile e controlla la situazione del portafoglio azionario. Un giorno, vedendo che diversi titoli sui quali aveva investito erano saliti nella notte, entra nel sito web della sua banca e vende un certo numero di azioni di un fondo internazionale di trasporti. Poi chiama il suo concessionario e ordina una macchina sportiva, prodotta in Germania, fornita di alcuni accessori alla moda che aveva sempre sognato.

Entro un'ora, i lavoratori di una catena di montaggio ad Amburgo ricevono le specifiche di fabbrica per costruire una cabriolet rossa con un tettuccio reclinabile, sedili di pelle, stereo con quattro casse e altri accessori che Marco aveva specificatamente richiesto.

Nello stesso momento, le azioni del fondo che Marco aveva venduto vengono acquistate da un investitore istituzionale in Giappone che è abbonato a un giornale finanziario on line che segnala le opportunità di borsa in tempo reale e che lo aveva informato via email di un improvviso aumento delle vendite di azioni nel settore dei trasporti.

A mezzogiorno il fondo aveva subito un rialzo di 2,5 punti.

Una compagnia aerea asiatica che partecipava al fondo ha approfittato del rialzo per acquistare due Jumbo dalla *Boeing* a Seattle, Washington.

A sua volta, la Boeing ha utilizzato questi ricavi per pagare gli stipendi di alcune migliaia di suoi dipendenti, compresa l'addetta all'assemblaggio Mary. Alle cinque del pomeriggio, ora del pacifico, Mary scopre che la sua banca le ha accreditato online lo stipendio settimanale e così, una volta a casa, apre il suo computer, va su Amazon e usando la sua carta di credito compra un buono di 100 dollari che spedisce via email a suo fratello Marco in Italia, il quale potrà spendere quei soldi come vuole su Amazon.

In poche ore, un solo uomo, seduto nel suo appartamento, ha dato inizio a una serie di eventi che hanno influenzato l'economia di 4 Paesi, di sette settori industriali e la vita di un numero imprecisato di persone.

Ma che cosa è realmente cambiato? Visto che non c'è stato nessuno scambio materiale di soldi o di altro. Nessun prodotto è stato ancora fisicamente consegnato. E persino il lavoro deve essere ancora svolto.

Cosa quindi è stato scambiato? **È stata scambiata l'informazione.** I dati viaggiano dalle persone alle società, per raggiungere intere comunità di persone.

Ora, prendete in considerazione lo stesso scenario e moltipicatelolo per milioni di transazioni simili che hanno luogo in migliaia di posti diversi in ogni paese.

Ecco cos'è l'ubiquità di cui stiamo parlando. **È internet. È la rete.** È la possibilità di raggiungere i posti più lontani, ma soprattutto di farlo anche quando siamo impegnati in altre cose.

Prendete come esempio il blog di YIW. Ogni giorno migliaia di persone in ogni parte d'Italia leggono i nostri articoli, interagiscono con la community, lasciano commenti, si creano delle aspettative, ci scrivono delle email. E tutto questo avviene mentre noi siamo impegnati a sviluppare contenuti per altri progetti.

Allora, perché ho deciso di registrare questo podcast? Perché non una volta ho sentito dire (oppure ho letto tra i commenti) cose del tipo: *eh, ma dove vivo io è difficile fare questo lavoro* (e cioè il web designer freelance).

Permettetemi di dirvi con affetto, come se fossi un vostro fratello più grande: questa *del posto dove uno vive* è una colossale minchiata. Fatevi servire dal vostro fratellone.

Non vi parlo di fatturato e di numeri, perché altrimenti sembra che stia facendo un'autocelebrazione del mio business, ma vi posso assicurare che ho seguito progetti web (non piccoli) in ogni parte d'Italia. E l'unico paese nel quale non ho avuto clienti è il mio. È quello dove abito.

Allora, apritevi un sito che non sia solo una galleria o una vetrina dei vostri mockup. È importante che ci sia il portfolio, ma è ancora più importante che ci siano nell'ordine le seguenti quattro cose:

- Un **about me** scritto a regola d'arte
- Un **blog** su cui dovete postare contenuti importanti per la vostra nicchia di mercato e non per i web designer
- Una **pagina dei contatti** che non pretenda di avere numeri di telefono o altre informazioni che l'utente lascia a malincuore, ma contenga solo pochi campi per un primo informale contatto. Il resto si fa dopo.
- Una **risorsa da regalare** ai vostri lettori su un argomento interessante per fare lista (eBook, un'intervista, un podcast etc.). Per esempio: 21 errori che commettono i siti di ristorazione.

Approfondite questi punti e mettete in atto questi suggerimenti. Dopodiché i clienti vi arriveranno da ogni parte d'Italia. E grazie alla tecnologia disponibile potrete gestirli facilmente. Con skype, con TeamViewer, con Google Drive, **potete fare tutto quello che volete anche a distanza**.

Questo è uno dei grandi vantaggi del freelancer: **poter lavorare comodamente da casa e sfruttare la tecnologia per essere sempre presente con i clienti**, forse anche di più rispetto a chi abita nella stessa strada dove è ubicata l'azienda del vostro cliente.

Se questo non vi è chiaro, se non lo sapete fare, se non sapete dove mettere le mani per cominciare a lavorare da casa in modo proficuo, indipendentemente dalla cultura del posto dove abitate (che è l'ultima cosa che ci interessa), allora è necessario che approfondiate questi argomenti, perché probabilmente vi state perdendo un buon 70% del business disponibile sul mercato per voi.

Credetemi: se non state acquisendo clienti nel modo in cui vi ho indicato, state perdendo un sacco di soldi. Ed è un vero peccato.

Per oggi è tutto. Un *abbraccio ubiquo* dal vostro Carlo D'Angiò

Ci sentiamo alla prossima.