**Portfolio design**

**Vælg de bedste og mest relevante projekter:** Vælg de bedste og mest relevante projekter, for en kommende arbejdsgiver. Hvis man ikke har nogle relevante eksempler på sådanne projekter, kan man gøre følgende:

Design og udarbejd et relevant projekt.

Vis, hvordan den metode, arbejdsgiveren efterspørg, er brugt i et eksempel.

**Breake the rule:** Det er også muligt at bryde ovenstående regel med at vælge det relevante, hvis man nu ønsker at have et portfolio, som et generelt marketings materiale. Hertil bør man overveje følgende:

Hvilke er mine bedste projekter?

Hvilken målgruppe vil jeg gerne ramme?

Selvom det ikke er noget specifikt man rækker ud efter, har man stadig en idé om, hvor man gerne vil arbejde sig hen. Dette kan man udtrykke i sit portfolio gennem tekst (fortæl om dine planer) og design (vis dine planer i designet).

**Don’t go crazy:** Sendes der en relevant portfolio til en klient, bør denne ikke indeholde mere end 4 små relevante projekter eller 2 store relevante projekter.

Det skal ikke blive uoverskueligt og skræmme en eventuel kunde væk.

Lad de bedste projekter tale for sig selv.

Kunden kan altid efterspørge yderligere materiale, hvis de har en bestemt bekymring eller bare er nysgerrige.

**Tell a story with your work:** Fortæl en historie med dine projekter.

Hvilken proces er der brugt til projektet?

Hvorfor har du valgt denne proces?

Hvad åbnede den respektive kunde med dit projekt?

Investeringsafkast?

Markedsgevinst?

Omkostningsbesparelser?

Nævn gerne flere, hvis de er relevante.

***Social proof of achievement?***

Udtalelser fra andre kunder

Kommentarer fra artikler

Billeder, anmeldelser etc.

**Ikke pynte på sandheden eller lyve:** Brug kun dine egne projekter og vær ærlig omkring dem.

Sørg for at referencer kan bekræftes af dem som er kommet med dem.

Research påviser, at en sur kunde fortæller sin oplevelse til 16 gange så mange mennesker, som en glad kunde gør.

Et rygte for at være utroværdig, kan følge en resten af livet.

**Er der noget man ikke kan bruge i sit portfolio?**

Vær sikker på, at du har tilladelse til at bruge de designs du laver til klienter, i din portfolio! Mange freelancers og design agenturer giver deres kunder en lisens aftale, hvilket gør at de selv ejer retten til deres designs. Dog er der også mange som overgiver rettighederne til deres design, til klienten, ved betaling. I de tilfælde skal du have lov af klienten til at bruge designet i din portfolio.

Hvis du bruger en kundes udtalelser som reference, skal du ligeledes også have lov først. Sørg eventuelt også for, at kunden er villig til at bekræfte udtalelsen, hvis de bliver kontaktet.

Ingen dårlig engelsk, det kan virke amatøragtigt og gå udover din evne til at opnå kunder.

**Tips og tricks fra timen:**

**De tre p’er:** Produkt, Proces og Progression. Produkt: Beskriv projektet. Proces: Beskriv/vis med billeder/videoer, hvordan man er kommet frem til det færdige projekt. Progression: Udvikling – Hvad har jeg lært, hvad tager jeg med mig? Se eventuelt powerpoint ”portfolio”.

**Andre relevante interesser:** Fotografering, tegne, male, osv.

**Indlærings aspekter en portfolio bør indeholde:**

Punkt 1: At tilegne sig en ny faglig viden.

Punkt 2: At tilegne sig en viden om, hvordan man lærer.

**Attention i din portfolio:**

Kreativ og tilgængelig.

Visuel appel.

Tydelig afsender.

Tryghed om, hvad brugeren klikker på.

Sammenhængende budskab.

Sidst opdateret foot-note.

Præsentation:

Produkter som viser faglige kvalifikationer og kompetencer.

Viser proces og udvikling.

En begrundelse for alt indhold.

Viser de generiske kompetencer.

Se powerpoint ”portfolio” for vigtige punkter porteføljen bør indeholde.