



Paolo Musano

Scrittura, strategia e tecnologia al servizio di idee che meritano di essere comprese.

Questo portfolio raccoglie una selezione di collaborazioni che hanno segnato il mio percorso professionale negli ultimi anni.

Non è un elenco completo dei lavori che ho realizzato, né un curriculum in forma estesa. Ho scelto invece alcuni progetti che raccontano il mio modo di lavorare attraverso contesti, sfide e risultati diversi: dal digital marketing alla comunicazione culturale, dal ghostwriting alla progettazione di contenuti per il web.

In ogni collaborazione cerco di fare la stessa cosa: **capire il problema prima di cercare le parole**. Per questo motivo il mio lavoro non inizia con la scrittura, ma con l'ascolto, la ricerca e l'organizzazione delle informazioni. Il testo è il punto di arrivo, non quello di partenza.

Le pagine che seguono raccontano questo processo attraverso esperienze reali, accompagnate da una selezione dei contenuti più rappresentativi. Più che mostrare cosa ho scritto, raccontano come affronto un progetto e cosa porto all'interno di una collaborazione.

Benvenutə.

IN QUESTO PORTFOLIO

01 **Studio Samo** Web Writer & SEO Copywriter

02 **Festival del Giornalismo Culturale** Comunicazione digitale

03 **Humans Agency** SEO Copywriter & Content Writer

04 **One Hour Marketing** Copywriting, AI Training & Prototyping

05 **Libri d'Impresa** Ghostwriting, SEO & Video Copywriting

06 **Rinaldo Zambello** Ghostwriting & Business Book

07 **Francesco D'Amelio** Ghostwriting & Book Editing

08 **CSPM Engineering** Brand Content, Research & Content Strategy



Rendere accessibili temi complessi

Novembre 2020 – Dicembre 2021 www.studiosamo.it ↗



Quando Studio Samo mi ha coinvolto nella redazione del proprio blog, l'obiettivo era contribuire a uno dei principali punti di riferimento italiani per chi si occupa di SEO e Digital Marketing.

La collaborazione, nata grazie a Sonia Santoro Lee (Digital Strategist & Head of Social Media Marketing), mi ha dato fin da subito un'ampia autonomia editoriale. Potevo proporre gli argomenti da sviluppare, purché fossero coerenti con la linea del blog e realmente utili ai lettori.

Ogni articolo seguiva lo stesso percorso: individuazione del tema, ricerca e verifica delle fonti, organizzazione delle informazioni, scrittura e ottimizzazione SEO on-page. Più che produrre contenuti, il mio compito era trasformare argomenti tecnici in testi chiari, accurati e facilmente consultabili.

Questa esperienza ha consolidato una convinzione che continua a guidare il mio lavoro: la qualità di un contenuto non dipende dalla quantità di informazioni che contiene, ma dalla sua capacità di **aiutare il lettore a comprendere qualcosa di nuovo**.

ALCUNI ARTICOLI PUBBLICATI NEL BLOG AZIENDALE

Da cosa dipende la qualità di un link

Un approfondimento dedicato alla SEO off-page che spiega come valutare autorevolezza e qualità dei backlink.

Come scrivere Instagram caption che generano engagement

Una guida pratica sul social media copywriting, orientata a migliorare il coinvolgimento attraverso la scrittura.

Social Audio: cos'è e come può essere utile alle aziende

Un'analisi di uno dei trend emergenti della comunicazione digitale e delle sue possibili applicazioni.

Mobile First di Google: come funziona l'indicizzazione

Un articolo che traduce un aggiornamento tecnico dell'algoritmo di Google in indicazioni concrete per chi gestisce un sito web.



Costruire una comunicazione che cresce nel tempo

Giugno 2016 – oggi www.festivalgiornalismoculturale.it ➔



La mia collaborazione con il Festival del Giornalismo Culturale è iniziata nel 2016, quando ho chiesto alla prof.ssa Lella Mazzoli, docente del mio corso di laurea all'Università di Urbino e direttrice del Festival insieme al giornalista Giorgio Zanchini, di poter contribuire alla comunicazione dell'evento.

Sono entrato nel progetto seguendo la copertura live su Twitter (oggi X). Nel tempo il mio ruolo si è ampliato insieme alle esigenze del Festival e oggi contribuisco alla comunicazione digitale attraverso la gestione dei canali X, Facebook, Instagram e LinkedIn, la definizione del calendario editoriale, la produzione di contenuti e, più recentemente, anche alla progettazione delle grafiche per i social.

La strategia editoriale nasce dal confronto con la direzione del Festival e con la segreteria organizzativa. A partire da queste linee guida, insieme alla collega Elisa Rubertelli sviluppiamo un calendario editoriale che rimane aperto agli aggiornamenti: un festival è un organismo vivo, fatto di nuovi ospiti, cambi di programma e opportunità che richiedono ogni giorno capacità di adattamento.

Seguire il Festival significa raccontarlo mentre accade. Durante le giornate della manifestazione mi occupo della copertura live attraverso post su X e contenuti per Instagram, cercando di restituire il ritmo degli incontri e il valore delle idee che emergono dal dialogo tra giornalisti, studiosi e ospiti. In quasi dieci anni questa collaborazione mi ha insegnato che comunicare un evento culturale non significa soltanto promuoverlo. Significa **costruire, anno dopo**

anno, un linguaggio riconoscibile, mantenere una relazione con la propria comunità e accompagnare un progetto nella sua evoluzione senza perdere coerenza.

CANALI SOCIAL DEL FESTIVAL

Instagram

Facebook

X (Twitter)



Scrivere con la stessa voce, su canali diversi

Novembre 2023 – Settembre 2024 humansagency.com ↗



La collaborazione con Humans Agency è nata attraverso LinkedIn, dove sono stato contattato da Cecilia Compagnucci, una delle socie dell'agenzia, alla ricerca di un copywriter da inserire nel team di collaboratori freelance.

Nel corso dei mesi ho lavorato a stretto contatto soprattutto con Assunta Feraca, contribuendo alla produzione di contenuti destinati ai principali canali editoriali dell'agenzia.

Ogni formato richiedeva un approccio diverso. Gli articoli del blog avevano l'obiettivo di approfondire temi legati al marketing e alla comunicazione; le pagine servizi dovevano presentare l'offerta dell'agenzia con un linguaggio chiaro e orientato alla conversione; la newsletter, invece, richiedeva continuità, sintesi e la capacità di instaurare un dialogo costante con la community.

Passare da un formato all'altro senza perdere coerenza mi ha ricordato che **scrivere significa prima di tutto adattarsi**: al lettore, al contesto e agli obiettivi del progetto, senza smarrire l'identità del brand.

ALCUNI ARTICOLI PUBBLICATI NEL BLOG AZIENDALE

Diventare SEO Copywriter

Lavorare nel mondo del marketing digitale

Come realizzare un'analisi SWOT

Core Web Vitals: perché sono importanti per il tuo sito

Come usare i colori nel marketing



Trasformare l'AI in qualcosa di davvero utile

Ottobre 2021 – Luglio 2025 onehourmarketing.it ➔



La mia collaborazione con One Hour Marketing è iniziata come copywriter: negli anni ho lavorato alla produzione di contenuti per numerosi clienti dell'agenzia, confrontandomi con settori, obiettivi e tone of voice molto diversi.

Con l'arrivo dell'intelligenza artificiale generativa, però, il mio ruolo ha preso una direzione nuova. Ho iniziato a sperimentare questi strumenti nel lavoro quotidiano e a condividere ciò che imparavo con il team, progettando una prima formazione in presenza a Milano e successivamente percorsi più verticali dedicati all'uso dell'AI nel copywriting, nel marketing e nelle vendite.

L'obiettivo non era insegnare semplicemente a "usare ChatGPT", ma **capire dove l'AI potesse davvero entrare nei processi di lavoro**. Nel copywriting abbiamo lavorato su prompting, ricerca, ideazione, revisione e produzione dei contenuti; per il team commerciale ho progettato casi d'uso dedicati ad analisi dei prospect, pain point, cold call, email e social selling.

La sperimentazione è arrivata infine alla prototipazione. Ho realizzato un agente AI con interfaccia vocale pensato come primo book coach per imprenditori interessati a scrivere un libro: il sistema conduceva una prima fase di conversazione e raccolta delle informazioni per poi passare il lavoro ai book coach professionisti di One Hour Marketing.

UNA SELEZIONE DEI PROGETTI

AI for Copy & Marketing

Formazione interna sull'AI generativa, il prompt design e la sua integrazione nei processi di copywriting e marketing.

AI Book Coach

Progettazione di un agente conversazionale con interfaccia vocale per gestire il primo contatto e la raccolta delle informazioni dagli imprenditori interessati a trasformare la propria esperienza in un libro.



Trasformare le competenze in autorevolezza

Ottobre 2021 – Luglio 2025 www.libridimpresa.it ↗



Libri d'Impresa nasce nell'ecosistema di One Hour Marketing con un'idea precisa: aiutare imprenditori e professionisti a trasformare esperienza, competenze e storie in libri capaci di diventare strumenti di posizionamento.

Per il progetto ho lavorato su forme di contenuto molto diverse, accomunate dallo stesso obiettivo: **trasformare conoscenze complesse in contenuti accessibili**, utili e capaci di costruire autorevolezza.

Ho collaborato alla realizzazione editoriale di “Anniversario Aziendale”, un libro dedicato a un tema particolare: utilizzare l'anniversario non semplicemente come celebrazione, ma come occasione per riscoprire l'identità dell'impresa, coinvolgere le persone e progettare il futuro.

Parallelamente ho lavorato sulla presenza digitale di Libri d'Impresa attraverso analisi SEO e keyword research, individuando topic, query e long tail legate sia agli anniversari aziendali sia al valore del libro come strumento di marketing per categorie professionali specifiche, tra cui medici, consulenti finanziari e ristoratori.

Una parte consistente del lavoro ha riguardato infine il video copywriting. Ho scritto script long-form e short-form su book coaching, posizionamento, anniversari aziendali e internazionalizzazione, adattando struttura, ritmo, hook e call to action ai diversi formati.

UNA SELEZIONE DI LAVORI

Anniversario Aziendale

Collaborazione alla realizzazione di un libro che interpreta l'anniversario d'impresa come strumento strategico per lavorare su identità, persone, comunicazione e futuro dell'azienda.

Video Copywriting

Script per contenuti brevi e long-form dedicati a temi come posizionamento attraverso il libro, ghostwriting, internazionalizzazione e anniversari aziendali.



Dalla voce dell'imprenditore a un libro sul futuro della ricerca

Progetto realizzato nell'ambito della collaborazione con Libri d'Impresa www.nur.it ↗



Per Rinaldo Zambello, fondatore e CEO di NUR, ho lavorato come ghostwriter alla realizzazione di [Da SEO a GEO](#), un libro dedicato alla Generative Engine Optimization e al cambiamento introdotto dall'intelligenza artificiale nel modo in cui cerchiamo informazioni online.

Sono partito da interviste e call con il cliente, materiali aziendali e documentazione tecnica, trasformandoli in un racconto scritto in prima persona e costruito per restituire competenze, esperienza e visione dell'autore.

La sfida era soprattutto editoriale: spiegare concetti come LLM, ricerca conversazionale, entità, coerenza semantica e Answer Engine Optimization a un pubblico di imprenditori e marketer, **senza banalizzarli e senza appesantire il testo con tecnicismi inutili**. Il libro accompagna così il lettore dal funzionamento della SEO tradizionale alle nuove logiche della GEO, alternando divulgazione, esempi, casi aziendali e indicazioni operative.

Ma il progetto aveva anche un secondo livello. Il racconto della GEO diventa progressivamente il racconto della ricerca condotta da NUR e della nascita di Verbalist, il software sviluppato dall'azienda per analizzare e ottimizzare i contenuti per i motori generativi. Il prodotto entra quindi nella narrazione

come conseguenza di un problema precedentemente spiegato al lettore, trasformando il libro in uno strumento di thought leadership e content marketing, oltre che di divulgazione.

IL MIO CONTRIBUTO

Ghostwriting

Trasformazione di interviste, conversazioni e materiali tecnici nella voce editoriale dell'autore.

Divulgazione & struttura

Organizzazione di un tema nuovo e complesso in un percorso comprensibile anche a un pubblico non specialistico.

Brand & Product Storytelling

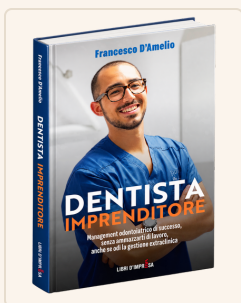
Integrazione della storia di NUR e di Verbalist all'interno del contenuto editoriale, mantenendo l'equilibrio tra valore informativo e obiettivi di posizionamento.



Quando riscrivere significa trovare la voce giusta

Progetto realizzato nell'ambito della collaborazione con Libri d'Impresa

francescodamelio.it ↗



Un manoscritto può contenere ottime idee, esperienza e personalità senza essere ancora un libro.

È stata questa la sfida di [Dentista imprenditore](#), il libro di Francesco D'Amelio, odontoiatra, imprenditore e formatore specializzato nella gestione manageriale degli studi dentistici. Il materiale di partenza raccoglieva esperienze personali, aneddoti, opinioni e contenuti tecnici sul management odontoiatrico, ma aveva bisogno di un profondo lavoro di riorganizzazione editoriale per trasformarsi in un percorso coerente e leggibile.

Il mio lavoro di ghostwriting è partito proprio da qui. Attraverso call periodiche con l'autore e un confronto continuo sui contenuti, ho riorganizzato e riscritto il manoscritto, lavorando sulla struttura, sul tono di voce e sulla progressione degli argomenti, **senza perdere l'esperienza professionale e la personalità** che ne costituivano il valore originale.

L'obiettivo era trasformare conoscenze maturate sul campo in un manuale rivolto ad altri odontoiatri, capace di affrontare in maniera organica temi molto diversi: organizzazione dello studio, gestione economica e finanziaria, personale, marketing digitale, acquisizione e relazione con i pazienti.

Il risultato è [Dentista imprenditore](#): un libro progettato per accompagnare il professionista dalla pratica clinica alla consapevolezza di essere anche imprenditore della propria attività, attraverso esempi, protocolli e indicazioni applicabili alla gestione quotidiana dello studio.

IL MIO CONTRIBUTO

Ghostwriting & Rewriting

Riscrittura sostanziale del manoscritto originale, preservando esperienze, idee e punto di vista dell'autore.

Tone of Voice

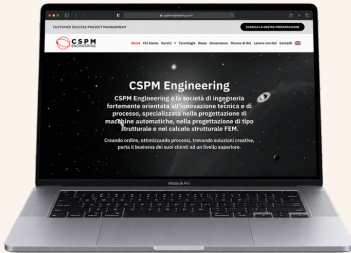
Trasformazione di un registro fortemente colloquiale in una voce adatta a un libro professionale, senza renderla impersonale.



Prima ascoltare l'azienda. Poi raccontarla.

Progetto realizzato nell'ambito della collaborazione con One Hour Marketing

cspm-engineering.com ↗



Per CSPM Engineering, società di ingegneria, ho partecipato a un articolato progetto di rebranding e riposizionamento, contribuendo alla costruzione della nuova identità attraverso ricerca, interviste, architettura dell'informazione e produzione dei contenuti.

Una parte centrale del lavoro è stata dedicata all'ascolto. Ho condotto una serie di interviste individuali ai collaboratori dell'azienda, raccogliendo informazioni sul loro lavoro, sulla cultura organizzativa, sullo smart working, sul rapporto con i colleghi e con l'azienda, sui valori condivisi e sulle possibili aree di miglioramento.

Le risposte sono diventate un report qualitativo e quantitativo destinato al management: **non soltanto testimonianze, ma dati, criticità e opportunità** utili a comprendere l'organizzazione dall'interno. La ricerca, per esempio, ha fatto emergere un'elevata identificazione nei valori aziendali, ma anche esigenze legate alla comunicazione interna, al team building e alla gestione del lavoro da remoto.

Quello stesso lavoro di ascolto ha alimentato la comunicazione esterna. Ho collaborato alla ristrutturazione dell'architettura dei contenuti del nuovo sito e ne ho scritto i testi, contribuendo a raccontare il nuovo posizionamento di CSPM come Customer Success Project Management, il Metodo O.R.B.I.T.A., i

servizi e soprattutto le persone. Il nuovo sito dava infatti maggiore spazio ai collaboratori, alle loro storie e alla vita in azienda, collegando brand ed employer branding.

Il progetto è proseguito con la produzione dei primi contenuti editoriali e social e con due ebook: uno dedicato alle trasformazioni del manufacturing e all'outsourcing strutturato, l'altro allo smart working e alla cultura organizzativa di CSPM.

IL MIO CONTRIBUTO

Research & Interviews

Interviste ai collaboratori, analisi qualitativa e quantitativa e costruzione del report per il management.

Website & Information Architecture

Collaborazione alla riorganizzazione dei contenuti e copywriting del nuovo sito.

Long-form Content

Articoli, contenuti social e due ebook dedicati a temi complessi legati a ingegneria, manufacturing e nuovi modelli di lavoro.



Ti va di lavorare insieme?

Se cerchi un professionista che sappia trasformare idee, competenze e informazioni complesse in contenuti chiari ed efficaci, scrivimi: sono sempre felice di parlare di un nuovo progetto.

paolomusano@gmail.com

[Torna al sito](#)

© 2026 Paolo Musano. [Torna all'indice](#) ↑