

O que escrever sobre nós na página de um site ou blog?



ELSA FERNANDES
Content Marketing and Social Media
Strategist
www.thecherrybicycle.com

Todos os sites têm (e caso não tenham, deveriam ter) uma página sobre nós/quem somos ou sobre mim, caso se trate de um projeto individual. Esta página é fundamental para apresentar o projeto e as pessoas que o fazem e pode funcionar como uma excelente oportunidade para converter visitantes em clientes.

Dado que é uma das páginas mais importantes do seu site, vale a pena investir algum tempo a trabalhá-la, tanto a nível de conteúdo como de imagem. Se não sabe o que deve escrever ou gostava de reformular o texto que tem atualmente online, as próximas perguntas vão ajudá-lo a definir a sua mensagem. Sugiro que escreva as respostas em papel ou num documento e as use como base para o seu texto.

Quem visita a página de apresentação do seu site pode ter chegado até si através de um motor de pesquisa, ter gostado do conteúdo ou do produto apresentado e estar à procura de saber mais sobre o projeto

1. Para quem estou a escrever?

Quem visita a página de apresentação do seu site pode ter chegado até si através de um motor de pesquisa, ter gostado do conteúdo ou do produto apresentado e estar à procura de saber mais sobre o projeto. Os visitantes podem também ser já utilizadores do serviço que presta ou consumidores do seu produto e vir em busca de mais informação. Pense nos seus públicos e no que lhes poderá interessar, reflita sobre o conhecimento que já adquiriu no contacto com os seus clientes e escreva como se estivesse a conversar frente a frente com o visitante do site. Não pense no que é importante para si enquanto empresa ou projeto.

Pense no consumidor e nas suas necessidades. E torne-se útil.

Veja, por exemplo, como o Ikea se posiciona face aos vários públicos com que comunica através do site.

2. Qual é a minha história?

Todos gostamos de ouvir uma boa história. Como é o que tudo começou? Há uma história curiosa por detrás da sua ideia de negócio? As pessoas querem saber. Os seus produtos são feitos à mão, em séries limitadas, o design é seu? Conte como é que o processo acontece. A sua motivação para realizar a sua ideia veio de onde? Quais foram os obstáculos que teve de ultrapassar para a concretizar? Descreva um

pouco essa experiência. Não se preocupe em deixar o lado humano do seu projeto, isto é, mostrar-se um pouco, como neste bom exemplo da marca de calçado Josefina.

3. Quem sou eu?

É o momento dos factos. Use o modelo da pirâmide invertida (é o modelo de redacção jornalística mais comum, em que a informação mais relevante é colocada no início do texto, seguida da informação menos importante) e procure responder claramente às seguintes perguntas: Quem? O quê? Porquê? Quando? Onde?

- **Quem sou eu?** – nome da empresa/projeto, equipa envolvida, breve biografia dos elementos da equipa
- **O que faço?** – serviços, produtos ou objectivos
- **Porquê?** – qual é a minha missão, o que me torna diferente da concorrência
- **Quando comecei?** – quando arrancou o seu projeto e qual é a sua experiência (pode nomear alguns clientes ou ter testemunhos)
- **Onde estou?** – ter um endereço físico funciona como uma garantia extra de credibilidade

Veja como a página da Vida Portuguesa responde a estas questões de forma clara e informativa.

Qual é a sua proposta de valor? Explique em poucas palavras em que é seu projeto é diferente de outros e o que pode fazer pela pessoa que está a ler o seu texto de apresentação. É aqui que pode converter um mero visitante num cliente

4. O que tenho para oferecer?

Qual é a sua proposta de valor? Explique em poucas palavras em que é que o seu projeto é diferente de outros e o que pode fazer pela pessoa que está a ler o seu texto de apresentação. É aqui que pode converter um mero visitante num cliente. A propósito de conversão, a página deverá ter sempre um call to action – um formulário de pedido de contacto ou a subscrição da sua newsletter são os que fazem mais sentido neste caso.

5. Será que posso escrever esta informação de forma mais interessante?

Informação recolhida, chegamos ao momento da criatividade. Um texto factual cumpre a função, mas não é interessante e não vai certamente surpreender o visitante. No caso da The Cherry Bicycle, explorá-

mos a analogia entre o aprender a andar de bicicleta e o aprender marketing e comunicação para pequenos negócios: no início precisamos de uma mão que nos ajude em ambos, mas rapidamente começamos a pedalar sozinhos. Seja criativo e explore novas abordagens.

6. E devo usar imagens?

Sim, claro. O ideal é ilustrar esta página com imagens reais da empresa, dos produtos e das equipas. Se não tiver boas imagens, não recorra a bancos de imagens. O utilizador percebe essa opção e pode questionar-se se haverá algo a esconder.

Em suma, pense na página de apresentação do seu site, a par da página inicial, como a mais importante do seu site. E trabalhe-a para obter resultados positivos para o seu negócio.

