

SÅ SKRIVER DU EN BRA "OM OSS"-SIDA

Företagets "Om oss"-sida är en av de viktigaste sidorna. Hit ska läsaren kunna gå för att snabbt och enkelt få reda på vad företaget säljer/erbjuder. Läsaren vill förstå hur företaget och dess medarbetare tänker och varför de håller på med det de gör.

På så vis kan läsaren bilda sig en uppfattning om företaget och förhoppningsvis få förtroende för att just detta företag kan lösa hans eller hennes problem eller önskan.

BERÄTTA VEM DU ÄR OCH VAD DU GÖR

Det första man vill veta när man hamnar på en sida är vart man hamnat.

- Inled med en mening där du nämner företagets namn och vad ni erbjuder för produkt/tjänst. Detta är dessutom bra ur ett SEO-perspektiv (alltså för sökmotorer som Google).
- Ta inte för givet att alla vet vad du gör. Det här kanske är första kontakten personen som läser har med ditt företag.
- Är historien viktig för dig, berätta den, men undvik att börja rabbla massa årtal. Väv in historien kortfattat och lägg hellre hela storyn på en undersida (som du såklart länkar till).

BYT PERSPEKTIV FRÅN VI TILL DU

Det är lätt att tänka att en "Om oss"-sida bara ska handla om dig och ditt företag, men kom ihåg vem du skriver för.

- Det här är ingen dagbok där du skriver om dig själv – det är ett sätt att presentera dig för omvärlden.
- Undvik klyschor och intetsägande värdeord tagna direkt från något dammigt policydokument. Skriv hellre hur värdeorden kommer till nytta för kunden.
- Var lagom skrytsam. Givetvis ska du framhäva vad du är bra på, men istället för att bara räkna upp dina positiva egenskaper, vänd det till fördelar för kunden.

LYFT FRAM MÄNNISKORNA

Vi människor handlar alltid med känslor i grunden, även om vi sedan vänder oss till logiken för att rättfärdiga våra köp. Därför ska du visa att ditt företag är mänskligt.

- Visa upp människorna bakom verksamheten. Det kan göras både med bilder och i texten.
- Berätta din story på ett sätt som gör att företaget går från att vara anonymt till att få en karaktär.
- Försök få din text att utstråla samma goda värde som du gör i verkligheten.

HA EN TYDLIG CALL TO ACTION

Så där, nu har besökaren läst om dig och förhoppningsvis fått ett ökat förtroende för din verksamhet. Vad vill du att besökaren ska göra nu?

- Led besökaren vidare genom tydliga call to actions. Det kan t.ex. vara en länk till din produktsida eller en sida där du presenterar dina medarbetare mer ingående.
- Någonstans här bör du också ha kontaktuppgifter så att besökaren kan nå dig. Om det ligger direkt på denna sida eller under en specifik sida spelar inte så stor roll. Har du dem på en separat sida så bör du länka dit från "Om oss"-sidan.

OM DU KAN – VÅGA VARA UNIK

Slutligen kommer ett tips som till viss del går emot de andra tipsen, och det är att våga gå din egen väg. Detta är riktigt svårt, men företag som lyckas med det har mycket att vinna. Lycka till!