

# چگونه صفحه درباره ما تاثیر گذار بسازیم؟

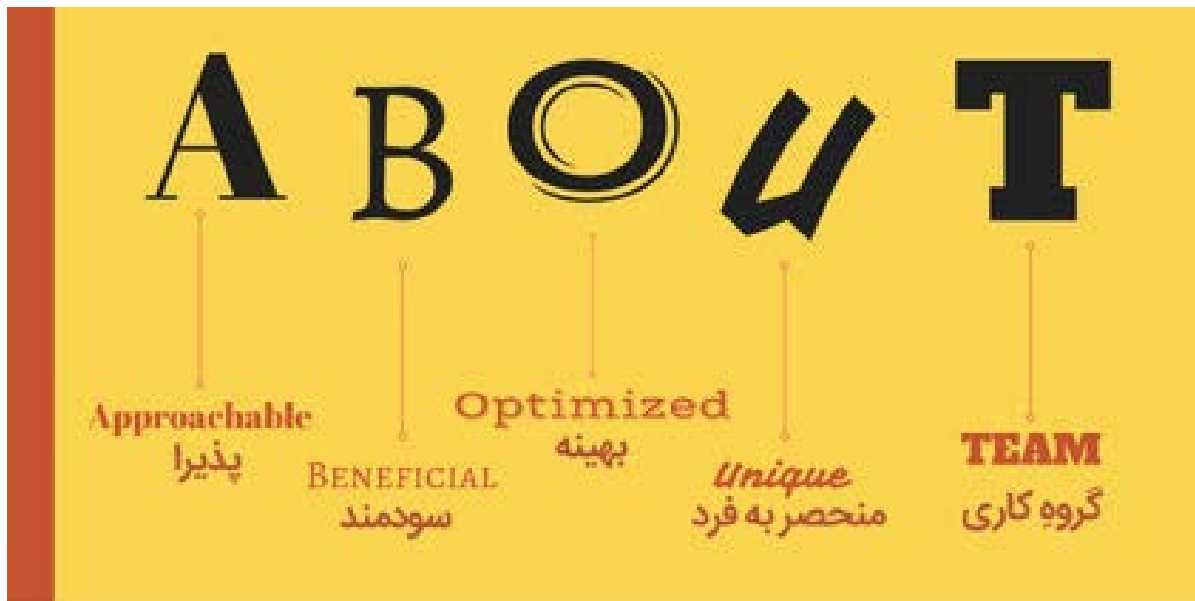


نویسنده: مهران منصوری فر

تدریس

معمولا صفحه «درباره ما»ی وبسایت شما نقطه ورود بازدیدکنندگان تان نیست، اما می تواند محل خروج آنها از سایت شما باشد.

صفحه درباره ما یکی از پر بازدیدترین صفحات سایت شما خواهد بود. این صفحه مکانی است که افرادی که برای اولین بار از سایت شما بازدید می کنند، لاجرم توفقی در آن خواهند داشت.



### چرا صفحات درباره ما یکی از دلایل عمده خروج بازدیدکنندگان هستند؟

این صفحات حاوی نوشته هایی خودپسندانه هستند. آنها احساس یا انگیزه بازدیدکننده را برای انجام هیچ کاری بر نمی انگیزانند و عموماً، کسل کننده هستند.

اگر نمی خواهید واکنش به صفحه درباره ما در وبسایتتان، روی برگرداندن مخاطب از سایت شما باشد، ایده های ارزشمندی در اینجا خواهید یافت. بیایید ببینیم چگونه باید متن صفحه درباره ما را بنویسید، کاری کنید که این صفحه با خوانندگان ارتباط برقرار کرده و هدفی را دنبال کند.

## کلمه ABOUT (درباره)، حرف به حرف...

ABOUT به انگلیسی به عنوان یک کلمه مخفف، فرمولی است که ما برای کمک به راهنمایی شما در مسیر استفاده از پنج ایده قدرتمند برای ایجاد یک صفحه (یا بخش) «درباره ما» تاثیرگذار تهیه کرده ایم.

### A= Approachable (پذیرا بودن)

تصور کنید برای اولین بار با شخصی ملاقات می کنید. شروع گفتگو با خواندن یک آگهی خبری مضحک به نظر می رسد، اینطور نیست؟

دلیل اینکه شرکت های متعددی در نوشتن مطلب صفحه درباره ما به سمت و سوی شیوه نگارشی ژورنالیستی متمایل شده اند روشن نیست، اما می توان گفت تاثیر اولیه وحشتناکی بر بازدیدکننده می گذارد.

بنابراین اولین خطا در نوشتن مطلب برای صفحه درباره ما استفاده از یک لحن خواب آور است. اجازه ندهید صفحه شما مانند یک مراسم خاکسپاری به نظر برسد. کاری کنید که فضای جشن و سرور را القا کند.

شما اینجا هستید! عالیه! برای اینکه به شما بگیم چرا جای درستی رو انتخاب کردید خیلی هیجان زده ایم!

اجازه دهید شور و شغف ایجاد شود. صفحه درباره ما در سایت مُز (Moz)، جشن خود را با یک عنوان جالب، تصویری غیرمعمول و محتوایی داستانی که ارزش اسکرال برای خواندن ادامه آن را دارد شروع می کند.



صفحات درباره ما، معرفی و مقدمه‌هایی گرم، پرانرژی و جالب هستند. هر کاری که می‌توانید انجام دهید تا پذیرا به نظر برسید.

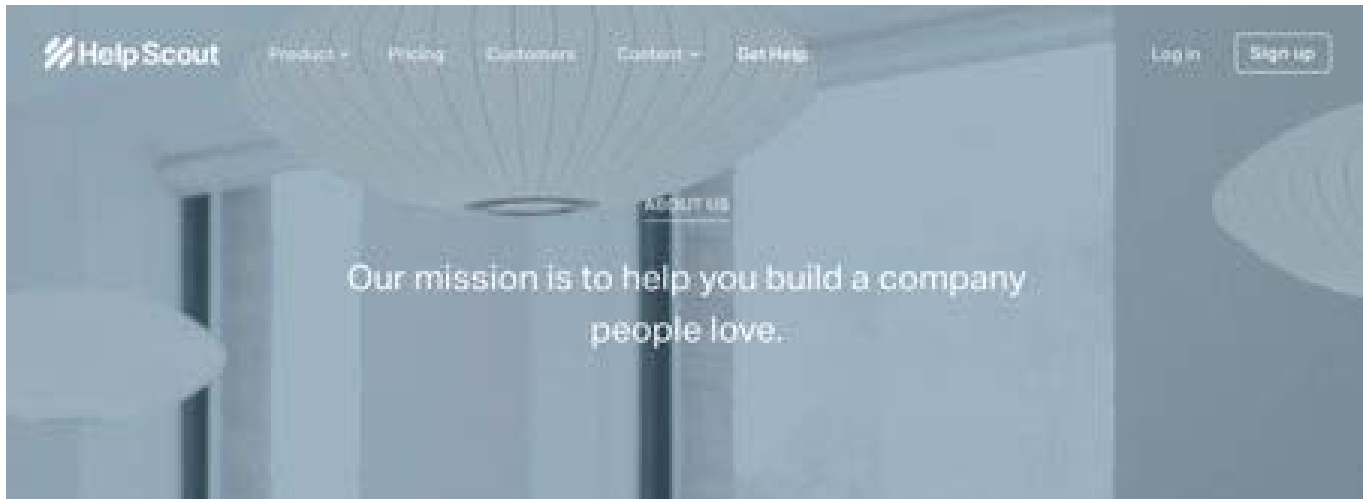
از عبارات حرفه‌ای اجتناب کنید. از گوینده سوم شخص استفاده نکنید. از اغراق‌های بی‌معنی و کلیشه‌های تجاری پرهیز کنید. به چشمان خواننده خود نگاه کنید و با خوشحالی و صدای بلند به او خوشامد بگویید.

همچنین لطف کنید عنوان صفحه خود را «درباره...» یا هر چیز مشابه دیگری انتخاب نکنید. دلیلی به بازدیدکنندگان بدهید تا به پایین صفحه بروند و محتوای جالبی پیدا کنند.

## B= Beneficial (سودمند)

بله، موضوع صفحه درباره ما، شرکت شماست. بازدیدکنندگان این صفحه را باز می‌کنند تا اطلاعات بیشتری از کاری که انجام می‌دهید کسب کنند، اما چرا؟ آنها مشکل یا مساله‌ای دارند که به دنبال حل آن هستند. آنطور که در سرزمین استعاره‌ها می‌گویند: مشتری مته نمی‌خواهد، سوراخ می‌خواهد.

ارائه اهداف کاری، حس رخوت به خواننده القا می کند. سایت Help Scout هم از بیان آنها خودداری می کند. صفحه درباره ما آنها قول می دهد که «به شما کمک کند تا شرکتی بسازید که مردم عاشقانه آن را دوست داشته باشند.»



به منظور جلب توجه - و احساسات - خواننده باید پاسخی برای این سوال ارائه کنید: «چه سودی برای من دارد؟» شما باید یک یا چند مزیت را در معرض نمایش بگذارید. شما چه سودی به مشتریان خود می رسانید؟

همین ایده ساده، حتی افرادی که در بیان ایده ها و احساسات خود معمولاً قدرتمند ظاهر می شوند را درمانده و مستاصل می کند. اما نباید اینطور باشد. این تمرین ساده را امتحان کنید؛ جای خالی را پر کنید.

چطور ..... .

این رویکرد همیشه مورد پسند ما بوده و در نوشتن عنوان، جایگاه یابی و ایجاد پیشنهادات منحصر به فرد برای فروش موثر است و در اینجا تاثیر خود را بر صفحه درباره ما نشان خواهد داد.

برای پر کردن جای خالی نمی توانید از یک ویژگی، محصول، خدمات یا نام برند استفاده کنید. تنها می توانید از یک فایده و مزیت استفاده کنید.

چگونه وبسایتی راه اندازی کنید که مخاطب هدفمند جذب کند. (می تواند برای Orbit Media موثر باشد)

چگونه محتوایی انتشار دهید که برندسازی کند. (می تواند برای Feldman Creative موثر باشد.)

چگونه به آسانی سوراخی دقیقا به همان اندازه مورد نیاز ایجاد کنید. (می تواند برای فروشگاه مته موثر باشد.)

چگونه بدون گرسنگی کشیدن وزن خود را کاهش دهید. (می تواند برای میلیون ها وبسایت موثر باشد.)

ما نمی گوییم در صفحه درباره ما شما باید دقیقا از همین کلمات استفاده شود، اما چنین مفاهیمی باید انتقال داده شود. چیزی که بازدیدکننده واقعا به دنبال کسب اطلاع از آن است، این است که شما چگونه می توانید به او کمک کنید (به عبارت دیگر به او سودی برسانید). اگر صفحه درباره ما نتواند پاسخ به این سوال را روشن کند، وظیفه خود را انجام نداده است.

چیزی که درمورد شرکت شما اهمیت دارد همان مزیت و ارزشی است که فراهم می کنید. بنابراین موضوع مهم در صفحه درباره ما نیز باید همین باشد.

O= Optimized (بهینه شده)

صفحه درباره ما وبسایت شما باید به عنوان بخشی از برنامه شما برای جذب مخاطب هدفمند در نظر گرفته شود و برای تبدیل بهینه سازی شده باشد.

یک پست در وبلاگ Unbounce درباره پتانسیل تبدیل (conversion) صفحات درباره ما، پا را فراتر از اینها گذاشته و می گوید:

صفحه درباره ما شما باید یک کانون دوستدار تبدیل باشد، جایی که بازدیدکنندگان شما پس از اینکه اطلاع کافی در اختیار آنها قرار داده شد و تحت تاثیر قرار گرفتند به سوی خرید، ملحق شدن به خبرنامه ایمیلی یا شروع یک دوره آزمایشی رایگان هدایت می شوند. اگر از

صفحه درباره ما برای تبدیل مشتریان استفاده نمی کنید، در حال متحمل شدن ضرر هستید.

صفحات درباره ما فرصتی برای روایت داستان کسب و کار، ارتباط با مشتریان آتی و ایجاد حس اعتماد هستند. این موارد برای تبدیل بسیار اهمیت دارند.

صفحه ای در وبسایت Vienna Beef داستانی جذاب درباره تاریخچه شرکت را با تاکید بر دستاوردهای برجسته آن روایت می کند.



اگر در Google Analytics خود اهدافی پیکربندی کرده باشید، گزارش "all pages" شما ارزش صفحات را نیز نمایش می دهد. این گزارش که متعلق به analytics اوربیت (Orbit) است نشان می دهد صفحه درباره ما یکی از مهم ترین صفحات موثر بر تبدیل است.

## چگونه صفحه درباره ما تاثیرگذار بسازیم؟

Page	Pageviews	Unique Pageviews	Avg. Time on Page	Entrances	Bounce Rate	% Exit	Page Value
	19,119 % of Total 24.21% (78,978)	15,670 % of Total 22.38% (70,118)	00:01:08 Avg for View 00:02:35 (+56.06%)	6,986 % of Total 12.50% (65,888)	55.93% Avg for View 84.20% (-33.96%)	36.87% Avg for View 75.76% (-47.90%)	\$0.05 % of Total 285.78% (30.02)
1. /	4,674 (24.46%)	3,900 (24.89%)	00:01:19	3,519 (50.31%)	43.14%	43.52%	\$0.03 (70.63%)
2. /portfolio	1,767 (9.24%)	1,117 (7.13%)	00:00:36	124 (1.77%)	42.74%	15.90%	\$0.04 (73.07%)
3. /web-design	1,319 (6.90%)	1,026				26.31%	\$0.03 (61.65%)
4. /contact	1,081 (5.65%)	858				38.30%	\$0.16 (329.09%)
5. /about	990 (5.19%)	787				18.09%	\$0.04 (82.94%)
6. /our-team	895 (4.68%)	594				21.34%	\$0.04 (73.13%)
7. /andy-crestodina	483 (2.53%)	422 (2.69%)	00:01:15	296 (4.24%)	44.26%	42.65%	\$0.05 (106.37%)
8. /survey-thank-you	436 (2.28%)	429 (2.74%)	00:02:16	429 (6.14%)	89.74%	89.91%	\$0.01 (14.27%)
9. /careers	383 (1.99%)	331 (2.11%)	00:00:40	112 (1.60%)	75.89%	40.21%	\$0.03 (67.61%)
10. /content-chemistry	369 (1.93%)	324 (2.07%)	00:02:03	197 (2.82%)	74.62%	59.35%	\$0.02 (37.78%)

اگر یک مخاطب هدفمند، ارزشی معادل یک دلار داشته باشد، یک بازدید از این صفحه ۴ سنت ارزش دارد که برای این سایت مبلغ بالایی است.

پس از اینکه چند دلیل برای بازدیدکنندگان خود ارائه کردید تا به توانایی شرکت شما جهت ارائه ارزش و منفعتی برای آنها اعتماد کنند، گام بعدی را برایشان مشخص کنید. حداقل یک فراخوان به عمل (CTA) در این صفحه قرار دهید که خواننده را به بخش های دیگر سایت هدایت می کند یا اطلاعات تماس آنها را دریافت می کند.

صفحه درباره ما در **GetResponse** چند فراخوان به عمل ارائه می دهد، از آن جمله: ملاقات با گروه کاری شرکت؛ آشنایی با محصول؛ مطالعه صفحه مشتریان؛ و ثبت نام برای خبرنامه. لزومی ندارد صفحه درباره ما در سایت شما این تعداد گزینه داشته باشد، اما اگر تمایل به بهینه سازی آن برای تبدیل دارید، باید دست کم یکی از این موارد را در خود جای دهد.



## About GetResponse

### Who we are

More than 350,000 customers in 182 countries trust GetResponse, the world's easiest email marketing platform, now available in 21 different languages. The company operates globally with offices in Poland, the U.S., Canada, Malaysia, India and Russia with more than 300 passionate professionals on board.

With more than 15 years of experience, GetResponse continues to deliver excellent quality online marketing solutions that empower entrepreneurs and make their businesses grow.

[Meet the team](#)



## U= Unique (منحصر به فرد)

ساختن صفحه درباره ما به نحوی که به مانند عموم صفحات مشابه به نظر برسد، کار دشواری نیست...

ما این کار را انجام می دهیم. ما آن کار را انجام می دهیم. ما به مشتریان مان اهمیت می دهیم. کارکنان ما متعهد و مستعد هستند.

اما تصور اینکه تمایل داشته باشید مانند رقبایتان به نظر برسید دشوار است.

با این ایده صفحه درباره ما در سایت خود را امتحان کنید: هر جا که نام شرکت شما ذکر می شود، آن را با نام یکی از رقبای اصلی تان جایگزین کنید. اگر با این کار مشکلی ایجاد نمی شود، باید کاری انجام دهید.

صفحه درباره ما فرصتی برای روایت یک داستان منحصر به فرد است. بیشتر منحصر به فرد بودن شما را می توان در لحن نوشته تان مشاهده کرد.

برای همین موضوع پیشنهاد می شود:

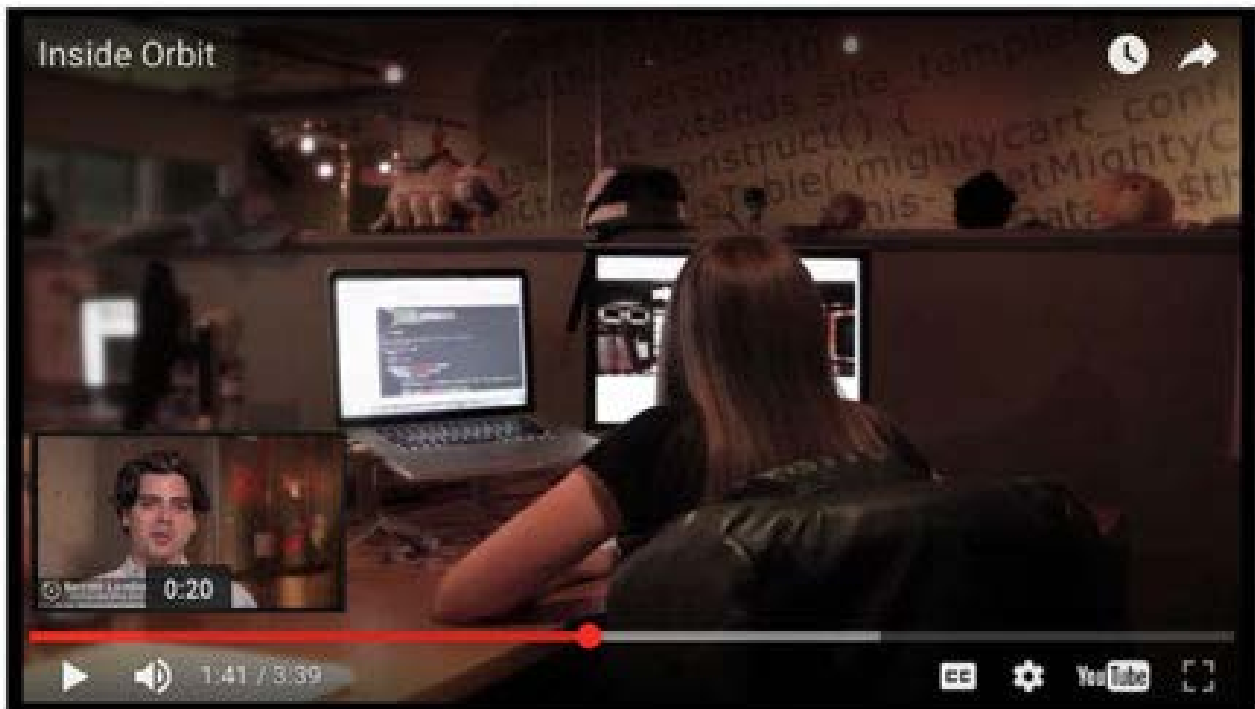
از لحن نوشتاری خودتان استفاده کنید. ابایی از حذف مطالب سنگین سازمانی یا تبلیغات و گرافه گویی ها نداشته باشید. از کمی بامزگی یا بلاهت نترسید، اگر می توانید و چنین شخصیتی دارید. صفحه درباره ما جایی است که خوانندگان به منظور اینکه ببینند شما چه کسی هستید و اینکه مورد پسندشان هستید وارد آن می شوند. چیزهایی که باعث منحصر به فرد بودن شما می شوند، شما را تعریف می کنند و قطعاً بر میزان خوشایند به نظر رسیدن شما تاثیر می گذارند.

چه کارهایی می توانید انجام دهید؟

از گذشته خود بگویید. چرا شرکت شما به وجود آمد؟ چگونه به موقعیت کنونی رسید؟ به نقیصه های خود اعتراف کنید. آیا پیش از موفقیت، متحمل شکست شده اید؟ آیا شرکت شما قصد کاری داشت و روند کار دستخوش تغییر شد؟ آیا ضعف های شما نقاط قوت تان را برجسته می کنند؟ از صداقت و حقیقت نترسید. این کار از نظر عاطفی برای مشتریان آتی شما خوشایند خواهد بود.

پشت صحنه کار را به نمایش بگذارید. صحنه های کاری شما منحصر به فرد هستند. چند ویدیو ضبط کنید و گوشه ای از زندگی که در محیط کاری شما جاری است را به بازدیدکنندگان نشان دهید.

شرکت اوربیت ویدیویی ساخته است که شما را به «درون اوربیت» می برد تا گروه کاری را ملاقات کنید و اطلاعاتی درباره فرهنگ کاری شرکت و ارزش های آن کسب کنید.



Learn a little bit about Orbit and how we do business.



به اعضای شاکله شرکت خود اجازه دهید مشارکت داشته باشند. شما مشتریان، شرکا و همکاران حقیقی دارید و آنها به منحصر بفرد بودن شما کمک می کنند. مکانی در صفحه درباره ما را برای این اعضای خانواده گسترده تان در نظر بگیرید تا با ارائه نوشته هایی حاکی از رضایتمندی خود یا هر محتوایی که معتقدید از نظر مشتریان بالقوه ارزشمند به نظر خواهد رسید به مشارکت بپردازند.

ارزش های خود را معرفی کنید. به نظر خسته کننده می رسد، اینطور نیست؟

منظور ما این نیست که درباره اینکه چقدر به نتایج یا میزان بازگشت سرمایه یا چیزی قابل پیش بینی که برای همه ارزشمند است اهمیت می دهید سخن بگویید. منظور این است که بر چیزی که به خاطر آن قد علم کرده اید تاکید کنید.

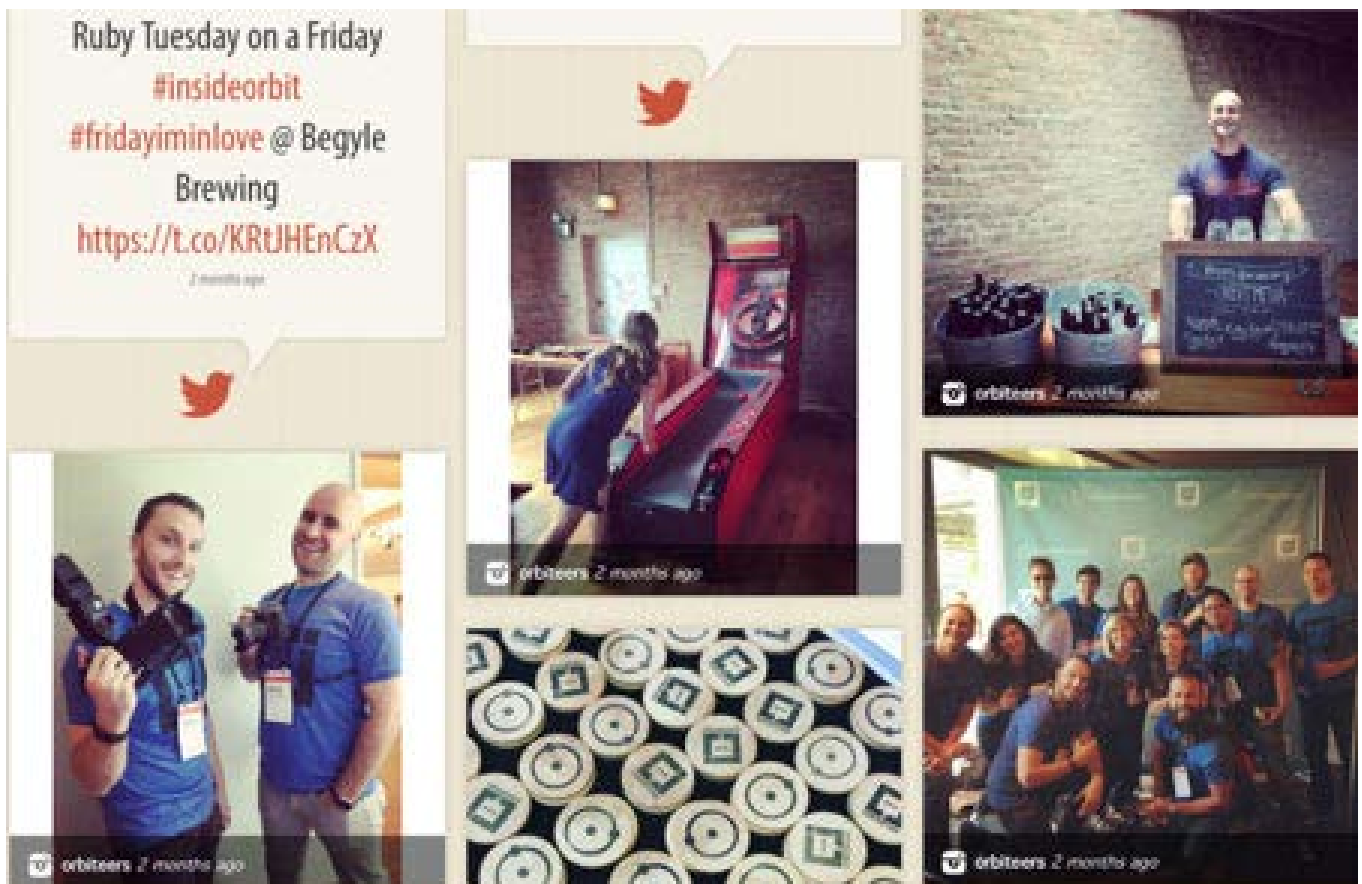
آیا از یک هدف یا آرمان پشتیبانی می کنید؟  
آیا در فعالیت های اجتماعی مشارکت دارید؟

کاری که برای ایجاد یک تغییر انجام می دهید، به احتمال زیاد شما را متفاوت نشان خواهد داد.

رسانه های جمعی را وارد این صفحه کنید.

علیرغم اینکه این مورد می تواند موضوع یک مقاله دیگر باشد، به احتمال زیاد گفته ها و اعمال شما در کانال های تان در رسانه های جمعی، شخصیت حقیقی شرکت شما را آشکار می کند. صفحه درباره ما یک مکان بسیار مناسب برای شبکه های اجتماعی است. ما صفحات درباره ما را جذاب متعددی را دیده ایم که فیدهای (feed) اینستاگرام شرکت و/یا کارکنان بخش مهمی از آنها بوده است. این تنها یکی از ایده هایی است که می توانید به کار ببندید.

در صفحه درباره ما در سایت Orbit Media به صفحه فرهنگ کاری شرکت لینک داده شده است. این صفحه حاوی زنجیره ای از توییت ها و پست های اینستاگرامی گروه اوربیت است ( با عنوان orbiteers هم شناخته می شوند).



## T= Team (گروه)

منحصر به فرد ترین موردی که در شرکت شما وجود دارد، افرادی هستند که در آن کار می کنند.

شرکت شما کارکنان شماست. هیچ شرکت دیگری آنها را ندارد. این یعنی در تلاش شما برای پذیرا و منحصر به فرد بودن، گروه تان ارزش اینکه در صفحه درباره ما نقش برجسته ای ایفا کند را دارد. چرا MailChimp حرف «K» را در عکس های خود به نمایش گذاشت؟ نمی دانیم اما به نظر می رسد این شرکت به گروه خود افتخار می کند و آنها را به شکل برجسته ای در صفحه درباره ما به نمایش گذاشته است.



ما صفحاتی متعلق به گروه های کاری را دیده ایم که به روش های جالبی طراحی شده اند، اما اغلب به دلیل ظاهر تکراری حاوی نام، عنوان و خلاصه رزومه ای که مشاغل قبلی و تجربه دانشگاهی افراد را نشان می دهد کسل کننده هستند.

با نمایش مسائل جالب درباره هر یک از کارکنان خود می توانید پروفایل های آنها را جذاب تر کنید - و چه بسا باعث شود این پروفایل ها مکانی برای شروع گفتگوهای کاری بشوند. می توانید از چنین مواردی استفاده کنید.

تصاویر غیر رسمی

نکات جالب

سرگرمی ها، علاقه ها و اشتیاق ها

نقل قول

ویدیو

پروفایل های رسانه های جمعی (و راه هایی برای برقراری ارتباط)

پاسخ به سوالات بامزه و غیرمنتظره

موارد محبوب

در اینجا به موضوعات بامزه ای در صفحه اعضای گروه **Wanelo** توجه کنید؛ دینا پارچه های مکزیکی و پرو، سوشی، لامپ، پیلاتس و چیزهای غیرممکن را می پسندد. شان یک بالش با چهره خودش دارد.

**It's 67°F in San Francisco, and the Wanelo team is having a slightly ridiculous amount of fun building this thing.**



Deena likes to claim to be the only Siberian in Silicon Valley (don't worry, we know it's not true) and is convinced that Wanelo is on its way to becoming one of the most amazing things in the world. She likes Mexican and Peruvian textiles, sushi, tamaris, Pilates and things that are impossible.

[Deena on Wanelo](#)



Sean moved to San Francisco from New York to join Wanelo, and still happily wears sweaters every day while bemoaning the bagel situation. He collects books, zines, records, sneakers and skateboard videos, obsessively updates a lot of the words you see on Wanelo, and is prone to dramatic hand gestures when discussing the future of Wanelo. He has a [pillow doppelgänger](#).

[Sean on Wanelo](#)

یک نکته کاربردی دیگر برای نمایش گروه کاری تان، ایجاد صفحات مجزا برای هر یک از اعضا است. این کار، صفحه درباره ما را گسترده تر کرده و به هنگامی که مردم نام خاصی را جستجو می کنند صفحاتی را نمایش می دهد که ممکن است در نتایج جستجو حائز رتبه شوند.

### بیاید درباره صفحه درباره ما گفتگو کنیم

درست است که صفحه درباره ما فرصتی برای صحبت درباره خودتان در اختیار شما قرار داده و جایی است که خوانندگان هم همین انتظار را از شما دارند، اما چالش شما در صفحه درباره ما، و هر صفحه دیگری، مشغول کردن و جذب بازدیدکنندگان است، به نحوی که احساس کنند باید کاری انجام دهند. شما با روایت داستان خود در زمینه ای که مزیتی را برای خوانندگان به ارمغان می آورد به این هدف خواهید رسید.

آیا برای ایجاد یک صفحه درباره ما تمام عیار و بی نقص چک لیستی وجود دارد؟ پاسخ منفی است.

صفحه درباره ما سایت شما نباید دقیقا مشابه صفحه سایت دیگری باشد. شما می توانید هر چه می خواهید را در این صفحه به نمایش بگذارید. در واقع، هرچه بیشتر در جهت اصالت آن تلاش کنید، تاثیر مثبت بیشتری حاصل خواهد شد.

شما چه محتوایی را در صفحه درباره ما قرار می دهید؟ چه چیزی موثر است؟ برای اینکه بیشتر برای بازدیدکنندگان سودمند باشد چگونه آن را بروز رسانی می کنید؟

لطفا ایده های خود را در بخش نظرات با ما در میان بگذارید.