

Шаг 6. Страница «О компании» - миссия выполнима

Многие компании совершают довольно распространённую ошибку, не придавая значения этой важной составляющей продающего сайта.

«Сделайте мне как у Васи Пупкина, мне так нравится»,- довольно распространённая просьба клиентов. (Я не устаю удивляться, насколько велико стремление наших бизнесменов быть как все).

А у Васи Пупкина сайт как у Пети Иванова и так далее. Вот и видим мы в интернете сборище клонов, нашпигованных штампами и ключами.

Повторюсь ещё раз. Вы должны разработать, найти (или придумать) ваше уникальное торговое предложение, которое пройдёт через весь сайт, в том числе и через страницу «о компании».

Ещё одна распространённая ошибка – сочетать текст на главную с текстом «о компании». Надо понимать, что у этих страниц совершенно разные функции. У главной – заинтересовать клиента.

После того, как проявлен интерес, надо создать базовое доверие. И делать это необходимо в специально отведённом месте – на странице «о компании».

Аргументы – нам нечего о себе рассказать, потому что мы молодая компания, мы ничем не отличаемся от конкурентов, мы рассказываем о себе на других страницах – не принимаются.

Как обойти эти проблемы, расскажу ниже.

Данная страница кардинально отличается от всех остальных, у неё **особое место в цепочке продаж**.

1. Она является имиджевой составляющей продающего сайта. Надо постараться, чтобы ваш бренд запомнили.
2. Предлагается часто второй, но клиенты могут прочитать её в любой момент.
3. Основная задача страницы – формировать базовое доверие или усиливать его.

Поймите, что посетителю надоело читать о «динамичном развитии», «заботе о клиенте» и вашей миссии. То, что его действительно может заинтересовать – это ваши:

- ✓ Опыт
- ✓ Достижения
- ✓ История/легенда
- ✓ Личности

Стратегии по написанию страницы.

Это может быть:

- **Компания в лицах**

Лично у меня такой формат вызывает доверие. Когда я вижу лица людей, работающих в компании, формируется эффект присутствия. Такой своеобразный офлайн в онлайн.

Обычно делается это так. Фотография сотрудника, а рядом небольшой текст. Юмор допустим и даже приветствуется.

Андрющенко Антон Олегович



Ведущий аналитик

Несколько строк о работе в финансовой сфере:

Суть финансовых рынков заключается в вечном поиске справедливости.

Жизненное кредо: гибкость мышления и доброжелательность.

Контактная информация

E-mail: a.anton@eufn.ru

Телефон: (495) 545-35-35, доб.150

Рис. 2 пример «компания в лицах»

- **Принципы работы компании**

Тут главное – переработать эти принципы в выгоды для клиента. Вот пример,

1. Честность

Мы считаем, что лучшая реклама – это клиенты, довольные нашей работой! Поэтому мы стараемся быть максимально честны и открыты по отношению к клиентам. Сделки, осуществляемые через нашу компанию, абсолютно прозрачны. Мы работаем только с объектами, прошедшими юридическую проверку. А помогая клиентам принять решение о покупке, мы знакомим их с официальными документами по каждому объекту.

2. Профессионализм

Наши консультанты компетентны по всем вопросам, которые могут быть интересны клиентам, они регулярно обучаются и совершенствуются. Мы знаем все об объектах недвижимости, о специфике их покупки иностранцами. Наши высококвалифицированные юристы контролируют ход сделок и следят за изменениями в законодательстве. Поэтому мы обладаем самой актуальной информацией и готовы ей поделиться с Вами!

3. Индивидуальный подход к каждому клиенту

Все наши клиенты уникальны в своих характерах и желаниях. Кто-то хочет недвижимость для активного молодежного отдыха, а кто-то – для проживания на пенсии. Одни мечтают о "домике в деревне", а другие – о роскошной вилле. Некоторые наши клиенты уже знают Болгарию вдоль и поперек, а другие только начинают ее открывать. Поэтому с каждым клиентом мы работаем индивидуально, учитывая его пожелания и нужды.

4. Полный спектр услуг

На каждом этапе клиенты нуждаются в различных профессиональных услугах. Сначала это консультации, организация поездки, осмотры объектов. Далее – открытие счета, подготовка оформления, регистрация сделки в гос.службах. В процессе эксплуатации клиенты обращаются к нам за помощью по поддержке жилья, его сдаче в аренду. Помимо всех этих моментов, мы готовы помочь Вам в любом вопросе: покупка и аренда машины; дизайн, ремонт и мебелировка; помощь в получении виз; открытие и ведение бизнеса. Так что рассчитывайте на нас и не стесняйтесь попросить о помощи!

Рис.3 Пример представления компании через принципы

- **История создания компании**

Может быть представлена в формате легенды или рассказа. Главное – это должно быть занимательное чтение. Если вы крупный холдинг или корпорация, всё равно не забывайте, что вас читают люди. Форматируйте текст (заголовки, подзаголовки, абзацы, выделение, маркированные списки) и пишите интересный контент.

История создания компании

[О компании](#) / [История создания](#)

Самурай с русским именем, или Москвич — потомок Тэнно

Когда японский император переселяется в иной мир, ему дают новое, посмертное имя. Через 25 лет после того, как тэнно Муцухито стали называть Император Мэйдзи, один из его потомков приложил руку к созданию ещё одной империи, автомобильной. Через 70 лет потомок этого потомка в далёком городе на 7500 километров западнее Токио основал ещё одну компанию, юридическую, которая обещает превратиться в скором времени в империю.

Если вкратце, то эта запутанная история с тремя империями в одном абзаце — история появления компании «Юко-Нотификат». Но короткие истории бывают интересны только в одном случае — если это анекдот. Поэтому расскажем заново, подробнее.

Гордый человек

Как бы вы отнеслись к предложению занять пост заместителя креативного директора корпорации Тойота? Конечно, ваша реакция зависела бы от того, какой пост вы занимаете сейчас. Но наверняка оскорблённым себя вы бы не почувствовали.

Но был человек, который именно оскорбился в ответ на такое предложение. Он полагал, что его вклад в создание фирмы мог бы и должен быть оценен и повыше. В японском языке нет ругательств, и дословно его ответ звучал так: «Наверное, тень от Великой Фудзи легла сегодня не так, как обычно. Мне очень стыдно показаться неблагодарным. но я вынужден



Рис. 4 пример представления компании через историю

Этот формат подходит для всех компаний. Молодые могут рассказать, почему возникла идея создания.

Как правило, это решение проблемы аудитории. А это именно то, что ищет ваш клиент.

Например, вы предлагаете услуги по организации праздников и рассказываете, как в своё время столкнулись с проблемой проведения юбилея для своей мамы. Решая эту проблему, сами не заметили, как стали владельцем компании по проведению праздничных мероприятий.

Компании-старички могут похвастаться многолетней историей, в которой могут быть очень интересные моменты, годящиеся даже для написания романа.

- **Компания в цифрах**

Годится всё – сколько лет вы на рынке, сколько клиентов обслужили, сколько метров, кубометров, дисков, платьев продали. Личные рекорды для специалистов. Большие цифры производят впечатление и вызывают доверие, а этого мы и добиваемся.

О компании

Цифра Один — объединенная телекоммуникационная компания, специализирующаяся на предоставлении широкого комплекса телекоммуникационных услуг как для корпоративных клиентов, так и для домашних пользователей.

Компания в Цифрах

1. Компания объединила бизнесы 11 операторов Москвы, Московской области, Твери и Краснодара.
2. Цифра Один предоставляет услуги более чем:
 - 250 Бизнес-центрам Москвы и Московской области
 - 10 тыс. корпоративным клиентам
 - 50 тыс. частным клиентам
3. Обслуживает свыше 3000 километров собственной распределенной волоконно-оптической сети в Москве и Московской области.

Рис. 5 пример представления компании через призму цифр

Обычно при создании страницы «о компании» используется сочетание нескольких форматов.

От какого лица должен быть текст? Конечно, от 1-го или второго - я, мы, вы. То есть «они» будет смотреться не очень удачно – теряется эффект присутствия.

Каков рекомендуемый объём текста?

Иногда требуется написать достаточно большой по объёму текст. Это может быть связано с богатой историей компании, желанием руководителя рассказать о миссии, благотворительности, принципах. Показать награды и сертификаты. Тогда имеет смысл разбить текст на пункты подменю. Но это усложнит маршруты, чего надо по возможности избегать.

Итак, доверие мы закрепили, теперь самое время направить клиента на страницу с услугами, либо в каталог. Также, в зависимости от проекта, можно направить на страницу об условиях сотрудничества и ознакомления с ценами.