Página Sobre Nós: seis perguntas para o ajudar a organizar a sua mensagem

**1. Para quem estou a escrever?**

Quem visita a página *Sobre Nós* 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.**

**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.

**3. Quem sou eu?**

É o momento dos factos. Use o modelo da *pirâmide invertida* (é o modelo de redação 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 objetivos,
* **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.

**4. O que tenho para oferecer?**

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. A propósito de conversão, a página deverá ter sempre um c*all 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 apresentar esta informação de forma mais interessante?**

Informação recolhida, chegamos ao momento da criatividade. Um texto factual cumpre a função de preencher a sua página *Sobre Nós*, mas não é interessante e não vai certamente surpreender o visitante. 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.