



# Waarom de “Over ons”-pagina niet over ons gaat

Als je de statistieken van je website uitleest, zul je al snel ontdekken dat de ‘Over ons’-pagina de pagina is die bezoekers het meest bekijken. Dat betekent dus dat er kansen liggen voor jou en je bedrijf. Maar hoe schrijf je nu een goede ‘Over ons’-pagina? Welke informatie zet je hier wel en welke juist niet neer? Het is tijd om deze belangrijke pagina eens onder de loep te nemen.

## Je bezoeker twijfelt nog

Precies. De bezoeker die de ‘Over ons’-pagina bezoekt is nog niet helemaal overtuigd om ook daadwerkelijk klant te worden. Op deze pagina krijg je de kans om de twijfelende bezoeker over de streep te trekken. Hoe je dat doet? Door hem gerust te stellen. Vertel wat jouw bedrijf uniek maakt en welke oplossing je voor zijn probleem biedt.

## Benoem het probleem

Spreek hardop uit wat het probleem van je bezoeker is. Om die vraag te kunnen beantwoorden, moet je je eerst verdiepen in de bezoekers van je website. Met welke vragen lopen ze nog rond? Wat kan een reden zijn dat ze jou willen inschakelen? Als je helder hebt welke problemen er bij je bezoekers spelen, dan kun je een oplossing bieden voor deze problemen. En een treffende oplossing trekt de twijfelende bezoeker ongetwijfeld over de streep.

## Geef de oplossing

De pagina heet natuurlijk niet voor niets ‘Over ons’. Daarom is het ook belangrijk om iets over je bedrijf te vertellen. Maar doe dat altijd in de context van het probleem van de klant. Zeg dus niet: “Wij schrijven zoekmachinevriendelijke teksten”, maar vertel de klant welke oplossing jouw bedrijf kan bieden: “We zijn gespecialiseerd in het schrijven van webteksten die ervoor zorgen dat jouw bedrijf goed te vinden is in zoekmachines.”

## Leg de feiten op tafel

Zoals gezegd twijfelt jouw bezoeker nog. Tevreden klanten kunnen de bezoeker net het laatste zetje in de juiste richting geven. Als je een klanttevredenheidsonderzoek hebt gehouden, is de ‘Over ons’-pagina een goede plek om deze resultaten weer te geven. Ook behaalde successen of een keurmerk vertellen de bezoeker dat ze bij jou in goede handen zijn.

## Laat jezelf zien

De doorsnee bezoeker zal de ‘Over ons’-pagina vooral bezoeken omdat hij wil weten wie het gezicht achter het bedrijf is. Laat jezelf daarom letterlijk zien. Plaats een foto van jezelf of je team en vertel daarbij kort iets over jouw drijfveren om de klant te helpen. Onthoud dat de klant op zoek is naar een oplossing. Een opsomming van al je hobby’s is misschien best interessant, maar het maakt van de bezoeker nog geen klant.



Experts in werving & selectie