


שיעור 21

# איך לבנות עמוד אודות


- למה חשוב ליצור עמוד אודות?
- מהם הדברים המהותיים שצריך להבין לגבי עמוד אודות?
- איך לבנות עמוד אודות בצורה נכונה?

# מה נלמד בשיעור?

# למה כדאי להשקיע בעמוד אודות?

- מאפשר לקוראים ללמוד מי אנחנו, מה אנחנו עושים ולמה כדאי לעבוד איתנו.
  - מאפשר לנו ליצור חיבור בינינו לבין הלקוח באמצעות ערכים משותפים.
  - מעלה את הסיכויים שאנשים ירכשו את המוצר, ישכרו את השירות או יצרו איתנו קשר.
  - מסנן לקוחות לא רלוונטים או כאלו שיבזבזו לנו את הזמן.
- 

## 3 דברים שחייבים להבין על עמוד אודות

1. לאף אחד לא אכפת מכם - עמוד האודות הוא בשביל הקוראים, לא בשבילכם.
  2. עמוד אודות מהווה עוד נקודת מגע בינינו לבין הלקוח - וצריך לנצל את זה בהתאם.
  3. אם אנשים לא יסמכו עליכם - הם לא יקנו מכם את המוצר או ישכרו את השירות שלכם.
- 

**אנשים לא קונים מה  
שאתם עושים; הם קונים  
למה אתם עושים את זה.**

← סיימון סינק



# מבנה עמוד אודות



# עמוד אודות בנוי מ-3 שלבים

## 1. הוק (Hook)

"למה כדאי לי לקרוא את זה?" - משפט קצר או סלוגן שיתפוס את תשומת הלב של הקוראים ויסקרן אותם לקרוא את המשך העמוד.

## 2. פּיץ' (Pitch) - תוכן

הסיפור שלכם: מי אתם, מה אתם עושים ולמה אתם עושים את זה. לא בהכרח בסדר הזה. הפיץ' יכול להכיל הוכחה חברתית - תמיד מומלץ.

## 3. CTA - קריאה לפעולה

הרשמה לניוזלטר, קביעת פגישה או השארת פרטים.

# 1. הוק (HOOK) - צרו סקרנות אצל הקוראים

- השתמשו באנקדוטות מעניינות ורלוונטיות - "86% מהעסקים מטרסקים ב-5 השנים הראשונות"
- תשאלו שאלות בהן התשובה היא "כן"  
- "האם אתם אנשים ש-X כשקורה Y?"  
- "נמאס לך שלקוחות לא מתקשרים?"
- לשאול שאלות פתוחות - אנשים לא אוהבים משהו לא גמור  
- "אני הצלחתי להכפיל את ההכנסה שלי כעצמאי, אבל לפני שאני מספר לך איך עשיתי את זה, תן לי לספר איך גיליתי את זה..."  
- "מה משותף לעסק מצליח וארמדילו? אנחנו קודם צריכים להבין מה זה בכלל עסק מצליח..."




## 2. פיצ' (PITCH) - למה שאנשים יקנו ממך?

- אתם לא באמת מדברים על עצמכם - המידע שאתם משתפים חייב להעביר איזשהו מסר ללקוח.
- תספרו סיפור / תענו על השאלות בהוק - "גם אני חשבתי ככה..." / "כל החודש הייתי בחרדה שהצ'ק יחזור..." / "לא היה לי מושג מה לעשות!" / "כשהייתי בצבא (...) ובסוף הצלחתי (...)"
- הוכחה חברתית - לוגואים של חברות, ביקורות של לקוחות


# דגשים לכתיבת עמוד אודות

- במקום להתמקד במה שאתם עושים, תתמקדו באיך זה יעזור ללקוח, או בתוצאות שאתם יכולים להשיג עבורו
- דברו על הלקוחות האידיאליים: עבור מי אתם עושים את זה? למי כדאי לעבוד אתכם? למי זה פחות מתאים? זה מידע חשוב עבור אנשים שנכנסים פעם ראשונה לאתר.
- השתמשו במילים שמעוררות רגש - תקווה, השראה, שמחה, פחד, כעס, תסכול. כולם רגשות שכולנו חווים ויכולים להזדהות איתם. השתמשו בזה כדי ליצור חיבור בניכם לבין הלקוח: בדגש על תקווה (משהו לרוץ אליו) או פחד (משהו לברוח ממנו).

# דגשים לכתיבת עמוד אודות

- תגרמו לקוראים להבין שאתם מקצוענים בתחום שלכם.
  - תגרמו לקוראים להאמין שאתם יכולים לעזור להם להשיג את המטרות שלהם.
  - תגרמו לקוראים לחבב אתכם ולסמוך עליכם
- 

## 3. CTA - קריאה לפעולה

- טופס יצירת קשר
  - קביעת פגישה בעזרת Calendy
  - כפתור חיוג במובייל / צ'אט
  - מילוי שאלון
  - הרשמה לניוזלטר
- 

**אז מי אתם?**