

Ma fiche

Web

Titre : Créer une Page "À Propos" Engagée et Efficace

La page "À propos" est l'une des pages les plus visitées sur un site web. Elle est cruciale pour établir une connexion authentique avec vos visiteurs, leur expliquer qui vous êtes, ce que vous faites et pourquoi ils devraient travailler avec vous.

Une bonne page "À propos" raconte votre histoire et met en avant vos valeurs, vos compétences et votre personnalité de manière convaincante.

Présentez votre histoire de manière authentique

- Les visiteurs veulent savoir qui vous êtes et pourquoi vous faites ce que vous faites. Une histoire authentique et personnelle peut renforcer la confiance et l'engagement.
- **Que dire :**
 - Qui êtes-vous et pourquoi vous êtes dans ce domaine.
 - Quelle est votre passion et comment cela se reflète dans vos services.
 - Les étapes importantes de votre parcours professionnel ou personnel qui vous ont conduit à ce projet.
- **Exemple :**
 - "Je suis [Votre prénom], passionné(e) par [domaine] depuis [nombre d'années]. Mon parcours m'a permis de [résultat ou compétence clé], et c'est ce qui m'a poussé(e) à offrir [votre service] à ceux qui en ont besoin."
- **Conseil pratique :** Ne soyez pas trop formel. Montrez un peu de votre personnalité et de vos valeurs pour humaniser la page.

Mettez en avant les bénéfices pour vos clients

- Les visiteurs veulent savoir ce que vous pouvez leur apporter. Plutôt que de parler uniquement de vous, concentrez-vous sur ce que vos services peuvent apporter à vos clients.
- **Que dire :**
 - Quels problèmes vous résolvez pour vos clients.
 - Quels résultats ou bénéfices concrets vos clients peuvent attendre de vos services.
- **Exemple :**
 - "Mon objectif est de vous aider à [résultat concret], grâce à [votre méthode unique]. Je m'engage à vous accompagner à chaque étape, en mettant à votre disposition mon expertise et mes compétences."
- **Conseil pratique :** Utilisez des points de puces pour rendre cette section claire et concise. L'accent doit être mis sur le client, pas seulement sur vous.

Parlez de vos valeurs et de ce qui vous distingue

- Cette section montre pourquoi vous êtes différent(e) des autres et ce qui vous motive. Elle aide à humaniser votre entreprise et à créer un lien émotionnel avec vos visiteurs.
- **Que dire :**
 - Expliquez ce qui vous anime dans votre travail, vos valeurs fondamentales (ex : éthique, engagement, qualité).
 - Décrivez ce qui vous distingue des autres dans votre domaine (méthode, approche, expérience).
- **Exemple :**
 - "Je crois en [valeur clé, comme l'intégrité, la personnalisation, l'accompagnement sur mesure]. Ce qui me distingue est ma capacité à [ce qui vous différencie], et j'apporte une attention particulière à chaque client pour garantir des résultats durables."
- **Conseil pratique :** Pensez à ce qui vous rend unique dans votre domaine. Parlez de vos valeurs avec passion.

Ajouter des témoignages ou avis clients

- Les témoignages renforcent la crédibilité de vos services en montrant que d'autres clients ont eu une expérience positive avec vous.
- **Que dire :**
 - Incluez 2 ou 3 témoignages clients qui racontent les résultats que vous avez obtenus pour eux.
 - Si vous n'avez pas encore de témoignages, encouragez vos premiers clients à en rédiger un pour vous.
- **Exemple :**
 - "Grâce à [Votre prénom], j'ai réussi à [résultat]. Son accompagnement a été essentiel pour [résultat spécifique]." – [Nom, Profession]
- **Conseil pratique :** Choisissez des témoignages qui décrivent des résultats concrets et mesurables, comme une amélioration du bien-être, de l'efficacité, etc.

Inclure un appel à l'action (CTA) clair

- Votre page "À propos" doit également encourager les visiteurs à passer à l'action. Que ce soit pour prendre contact, réserver un rendez-vous ou découvrir vos services, un appel à l'action (CTA) est essentiel.
- **Que dire :**
 - Ajoutez une phrase invitant à l'action avec un bouton CTA visible.
- **Exemple :**
 - "Prêt(e) à [résultat que vous offrez]? Prenez rendez-vous dès maintenant pour commencer."
 - "Contactez-moi pour discuter de vos besoins et trouver la solution qui vous convient."
- **Conseil pratique :** Placez le bouton CTA à la fin de la page, mais aussi au début et à la fin de votre présentation pour le rendre visible tout au long de la lecture.

Ajouter une photo professionnelle de vous

- Une photo authentique et professionnelle humanise votre page "À propos" et crée une connexion avec vos visiteurs.
- **Que dire :**
 - Ajoutez une photo de vous-même, de préférence dans un environnement qui reflète votre activité ou vos valeurs (par exemple, si vous êtes thérapeute, une photo de vous dans un espace calme).
- **Conseil pratique :** La photo doit être de bonne qualité et refléter votre professionnalisme, tout en étant suffisamment décontractée pour montrer votre personnalité.

Conclusion

La page "À propos" est un moyen puissant de raconter votre histoire et de créer une relation de confiance avec vos visiteurs.

En mettant en avant qui vous êtes, ce que vous faites, et comment vous pouvez aider, vous augmentez vos chances de convertir les visiteurs en clients.

N'oubliez pas de rendre cette page humaine et engageante, tout en montrant ce qui vous rend unique.

Notes