

Jakie treści powinny znaleźć się na stronie internetowej?

Strona internetowa marki nie powinna być ani wybrakowana, ani przeładowana ilością tekstu — trzeba znaleźć złoty środek i zaproponować czytelnikom to, co będzie dla nich najcenniejsze. O co warto zadbać i na co zwracać uwagę?

Zakładka „O nas”

To świetny sposób na opowiedzenie historii o swojej marce i zastosowanie technik storytellingu. Ciekawa opowieść daje większe szanse na zwrócenie uwagi czytelnika i zostanie w jego pamięci na dłużej. Poza tym dzięki temu możemy wyróżnić naszą firmę na tle pozostałych. Przedstawienie pracowników jako superbohaterów i kreatywne, a przede wszystkim „ludzkie” podejście do tematu, przyniesie firmie dużo korzyści. Lubimy przecież czytać o osobach, które są nam w pewien sposób bliskie, dlatego, jeśli możemy sobie na to pozwolić, odejźmy od sztywnych i powielanych schematów.

Dane kontaktowe

Nie wolno o tym zapomnieć! Podaj numer telefonu do osoby, która zawsze (w godzinach pracy firmy) odbierze telefon i przekaże najważniejsze informacje. Możesz zamieścić zdjęcie pracownika i napisać o nim kilka słów. Oprócz tego warto zastanowić się, czy nie warto dodać do strony chatu i zaproponować zainteresowanym osobom stały kontakt z firmą.

Blog firmowy

Żeby nie wrzucać wartościowych treści i newsów w przypadkowe zakładki, warto pomyśleć o osobnej, przeznaczonej tylko do tego, czyli o blogu firmowym. Jest to doskonałe miejsce na zaproponowanie czytelnikom i klientom dawki praktycznej wiedzy. Nowości w ofercie, recenzje produktów, zrealizowana współpraca z blogerami czy vlogerami, kampanie reklamowe to przykładowe tematy, jakie można poruszyć w tego typu zakładce. Dobrym pomysłem jest włączenie opcji komentowania i tym samym wejścia w interakcję z odbiorcą. Dzięki temu zyska on poczucie więzi z firmą i jej przedstawicielami, którym można zadać pytanie w przypadku wątpliwości.

Chcesz dowiedzieć się więcej? [Przeczytaj cały artykuł](#)

Źródło: nowymarketing.pl, data dostępu: 12.02.2018