

自己做也能用

個人品牌一頁式網站的 七個必要區塊

每一區該寫什麼、不該寫什麼，還有最常見的錯誤。你自己做也能照著用，不一定要找我。

順序就是重要性，由上往下

先講一個原則

訪客不是在讀，是在掃。他用三秒決定要不要繼續看。所以每一區的第一行都要能單獨看懂——其他文字是給已經有興趣的人看的。

1 開頭：你是誰、幫誰解決什麼

整個網站最重要的一區。做不好，後面六區都沒人看。

要寫：一句話講清楚你做什麼（給完全不認識你的人看）、一兩句支撐它的話（年資、服務過多少人、你的原則）、一個明確的行動按鈕。

不要寫：「提供專業服務，用心對待每位客戶」這種所有人都能寫的話。也不要寫公司沿革——沒有人在乎你哪一年成立。

最常見的錯誤

把「我很厲害」寫在最上面。訪客這時候還不在乎你厲不厲害，他在乎的是「這關我什麼事」。

先講你解決什麼問題，再講你憑什麼。順序反了效果差很多。

2 關於我：為什麼是你

要寫：一個具體的事件。你為什麼進這行、為什麼還在做、你跟同業哪裡不一樣。

不要寫：形容詞。「熱忱」「專業」「用心」這些字任何人都能放，讀者自動跳過。

一個對照

× 「我對這份工作有極大的熱忱，always 站在客戶角度思考。」

✓ 「我入行第一年，親戚拿著一張繳了八年的保單問我這保什麼。我看了半小時才看懂。那一刻我決定要當那個把話講清楚的人。」

第二種沒有用到任何形容詞，但你已經知道他是什麼樣的人了。

3 服務項目：你實際在做什麼

要寫：三項，最多四項。每項一個名稱、一兩句說明、三個具體內容。

不要寫：把所有會的都放上去。

我踩過的坑

有個客戶堅持放十一項服務。上線後沒人詢問——因為看的人不知道該選哪個。

後來砍到三項，詢問就進來了。**選項越多，決定越難。**

4 經歷與證照：讓人放心的證據

要寫：證照、年資、服務過的數量、得獎。一行一個，後面加年份或數字。

不要寫：湊數。三個真的比八個灌水的有力。

如果完全沒有可寫的——這一區直接不要，空著比硬湊好。

5 客戶怎麼說：別人幫你講

你自己說一百句，不如客戶說一句。

要寫：越具體越好，而且要標明是誰說的（可以只寫「陳小姐・38歲・兩個孩子的媽」，不用全名）。

具體 vs 空泛

× 「很專業、很用心，推薦給大家！」

✓ 「他花兩小時做了一張表給我，最後還跟我說有兩張可以停掉。」

第二句讓人看見畫面，也順便說明了你的做事方式。

沒有見證怎麼辦：傳訊息問兩個熟客，通常十分鐘就有了。問法是「可以用一兩句話說說跟我合作有什麼不一樣嗎？我想放在網站上」。

6 常見問題：擋掉猶豫

這一區通常是整個網站**停留最久**的地方，但最多人隨便寫。

要寫：客戶真的會問的三到六題，**照他們原本**的問法。

照原話寫，不要修飾

× 「請問貴公司之服務流程為何？」

✓ 「會不會一直推銷我買東西？」

第二種才是真的有人在問的。修飾過的問題，讀者不會覺得是在講他。

寫不出來的話，回想最近三個客戶在成交前問你什麼——那就是答案。

7 聯絡：讓他知道下一步

要寫：兩到三種聯絡方式（LINE、電話、表單）、服務區域或時間、以及**一句降低壓力的話**。

不要寫：只放一個表單然後什麼都不說。

一句話的差別

在按鈕旁邊加一句「聊完不合適也沒關係，不會有人一直打給你」，詢問率會明顯上升。

因為多數人不聯絡不是因為沒興趣，是**怕被纏上**。

檢查清單

- ☐ 第一區的第一句話，不認識我的人看得懂
- ☐ 關於我寫的是事件，不是形容詞
- ☐ 服務項目不超過四項
- ☐ 至少兩則具體的客戶見證
- ☐ FAQ 是客戶真的會問的問法
- ☐ 每一區的第一行單獨看都成立
- ☐ 手機上打開看過一遍
- ☐ 找一個不認識我工作的人看過，他答得出「你是做什麼的」

最後

七個區塊裡，**1、5、6** 是決定成交的，其他四個是支撐。時間有限就先把這三區寫好。

次元創意 個人形象官網 / 中小企業流程自動化

dimension-studio.vercel.app/website