



**35 itens
indispensáveis
para o sucesso
do site da
sua empresa**

A criação de um site é um dos momentos mais importantes para o desenvolvimento de um negócio. Hoje, ter um endereço virtual é tão crucial para uma empresa quanto ter um escritório ou ponto de venda físico, qualquer que seja o tamanho dela.

Muitas empresas de pequeno e médio porte têm sites completamente desatualizados ou não têm uma página própria sequer. Entretanto, diversos dados mostram como isso é prejudicial aos negócios.

O brasileiro cada vez mais começa sua jornada de compra na internet. Uma pesquisa da Confederação Nacional de Dirigentes e Lojistas (CNDL) revelou

recentemente que 47% dos entrevistados fazem buscas on-line antes de adquirir algo em uma loja física, enquanto 30% das pesquisas no Google já são relacionadas à localização, segundo dados da própria gigante da tecnologia. Isso representa uma grande parcela de público baseando suas compras na internet e um imenso potencial para negócios locais.

Ter um site dá mais credibilidade à empresa e permite a ela controlar sua narrativa. Além disso, tendo a opção entre comprar diretamente de uma marca ou de terceiros, 88% dos consumidores preferem fazer a compra direta.

Então, se você está pensando em dar esse passo fundamental para aumentar suas vendas, conheça agora os 35 itens indispensáveis para o sucesso do site da sua empresa.





Checklist para criar um site de sucesso



negócios SC

Planejamento

Por maior que seja a vontade de já “colocar a mão na massa”, um projeto bem-sucedido começa, é claro, com um bom plano. Esse período estratégico fará toda a diferença no resultado do site.

1. DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS:

A primeira questão a resolver é a finalidade do site, pois cada objetivo requer um tipo de projeto específico. Portanto, você deve se perguntar: “que público preciso alcançar e o que ele fará no meu site?”. Um portfólio de produtos e serviços é diferente de um e-commerce; um site com blog precisará de um sistema de gerenciamento de conteúdo que seja facilmente editável, enquanto outro modelo talvez não precise; e assim por diante.

2. HOSPEDAGEM: Com os objetivos definidos, o próximo passo é escolher o serviço de hospedagem que atenda às suas necessidades. Deve-se levar em conta também o plano do contrato, pois algumas hospedagens têm limites de acesso dos usuários nos planos mais básicos.

3. REGISTRO DE DOMÍNIO:

O ideal é que uma empresa registre os principais domínios com seu nome (.com e .com.br) logo na sua formação, para evitar surpresas depois. Caso a sua ainda não tenha feito isso, é hora de comprar seus domínios.

4. WIREFRAME: O wireframe é para um site o que a planta baixa é para uma construção. Por meio dele é feito o desenho de todas as páginas e elementos que farão parte do seu endereço virtual, elaborado preferencialmente por um designer com experiência em usabilidade. Plataformas como o WordPress têm a vantagem de oferecer templates prontos para adaptar, mas há o risco de acabar com um site parecido com centenas de outros.



WordPress
oferece
templates
adaptáveis aos
usuários

5. LAYOUT RESPONSIVO:

O design do site deve proporcionar uma experiência agradável ao visitante em todos os dispositivos, ajustando-se das telas maiores do desktop até os navegadores móveis. No País, 49% das pessoas que acessam à internet o fazem exclusivamente pelo celular, revela uma pesquisa do Comitê Gestor da Internet no Brasil.

6. IDENTIDADE VISUAL:

Todos os elementos visuais devem seguir o manual de identidade da marca para dar unidade à comunicação. Isso vale para o uso de logos, cores, fontes etc.

7. CONTEÚDO: É preciso definir também quais informações estarão no site, quantas páginas serão necessárias para apresentá-las e a divisão entre elas, se haverá depoimentos de clientes, a história da empresa, descrições de produtos e demais conteúdos, pois a produção desse material pode levar tempo.



LEIA TAMBÉM

Como criar um
plano estratégico
de marketing:
5 passos para o
sucesso

49% dos
brasileiros usam
apenas o celular
para acessar a
Internet



Implementação

Esta é a fase de programação, quando o projeto começa a se materializar. A seguir, veremos mais a fundo alguns detalhes do layout das páginas e do conteúdo que foram previstos no planejamento.

8. FORMULÁRIO DE NEWSLETTER:

Qualquer que seja o objetivo do site da sua empresa, não perca a oportunidade de captar dados dos usuários para a nutrição de leads.

9. BOTÕES DE COMPARTILHAMENTO:

Ao inserir botões de redes sociais em áreas estratégicas do site, você favorece o compartilhamento do conteúdo e tem a possibilidade de aumentar o alcance orgânico.

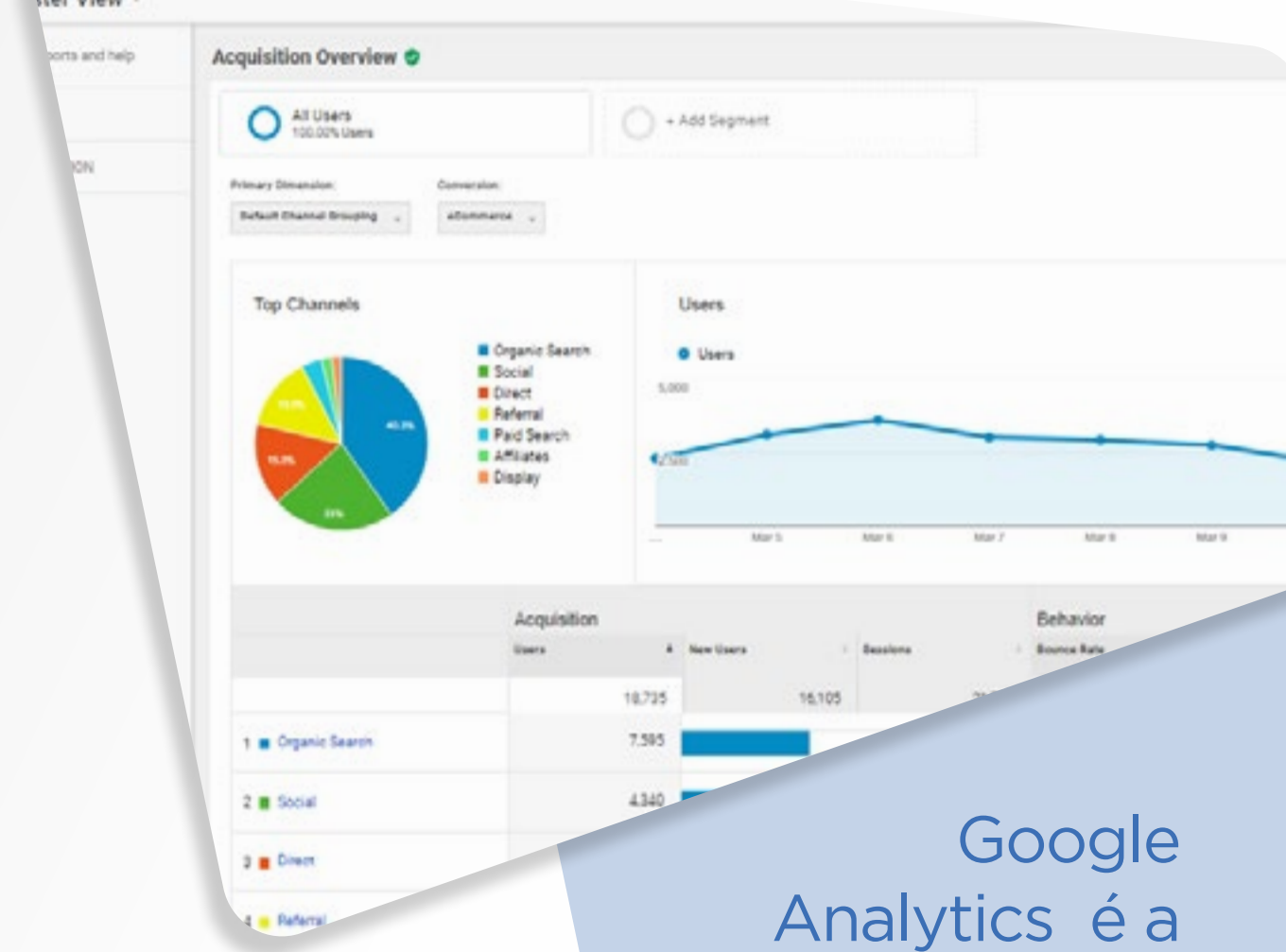
10. GOOGLE ANALYTICS:

Existem outros serviços para a análise de tráfego web, mas o do Google é o mais popular do mercado e, melhor ainda, gratuito. Toda empresa que deseja ter melhores resultados precisa estabelecer a coleta,

mensuração e análise de dados como parte de sua rotina. O Google Analytics permite monitorar todo o tráfego do site e saber o que funciona ou deve ser melhorado nele.

11. BANNERS E IMAGENS OTIMIZADAS:

Suas imagens devem ser interessantes, exclusivas, com uma mensagem impactante e, sobretudo, apropriadas para a internet. Uma formatação errada em determinado dispositivo prejudica a experiência do usuário e arquivos pesados tornam o site mais lento, o que prejudica o ranqueamento nas buscas do Google.



Google Analytics é a ferramenta de monitoramento de tráfego mais popular da web

12. ANIMAÇÕES COM MODERAÇÃO:

Outro elemento que pode ajudar ou prejudicar seu endereço virtual é o uso de animações. Elas podem tanto tornar a experiência mais dinâmica para o visitante quanto podem sobrecarregar as páginas e atrasar o carregamento delas. Note também que alguns tipos de animações, como em Flash, não abrem em todos os dispositivos.

13. CHAT: Além do formulário para newsletter e da página de contato, outra forma de estimular a interação com o público é ter um serviço de mensagens para dar boas-vindas aos usuários e se colocar à disposição para resolver dúvidas. É importante deixar claro quando sua equipe estará ao vivo ou em quanto tempo poderá responder.

14. CAMPO DE PESQUISA INTERNA:

Especialmente em endereços com muitas páginas de conteúdo, como blogs e lojas virtuais, um campo de pesquisa interna facilita encontrar o item desejado.

15. PÁGINA DE CONTATO:

Aqui devem conter todas as formas de contato on-line e off-line da empresa: e-mail, redes sociais, WhatsApp, telefone fixo e endereço (se tiver escritório ou loja física). Neste último caso, um mapa da localização é útil. Também pode haver um formulário para contato.



Campo de
pesquisa
do Portal
Negócios SC

16. PÁGINA SOBRE: Esta é a oportunidade para falar um pouco sobre sua história, o posicionamento da empresa e seus diferenciais.

17. PÁGINA NÃO ENCONTRADA: Você pode transformar a temida página de erro 404 em uma oportunidade de engajar o usuário oferecendo nela algumas sugestões de conteúdo e um campo de buscas.

18. PÁGINA DE POLÍTICA DE PRIVACIDADE: O público se preocupa cada vez mais com a forma como as empresas utilizam as informações coletadas na navegação. Deixar isso claro dá mais credibilidade à empresa — e é uma exigência para sites que tenham acessos originados nos países europeus que assinaram o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados.

19. TESTEMUNHOS: Uma das melhores propagandas que existem é seus próprios clientes falando bem de seus produtos ou serviços. Você pode tirar essas falas de avaliações feitas pelos consumidores ou entrevistar clientes fiéis para falar da relação deles com sua empresa.



Vitorino Colchões amplia vendas em 45%

Conheça o caso da Vitorino Colchões

Os sócios da Vitorino Colchões tinham o desafio de ampliar os negócios e perceberam a necessidade de incrementar suas ações de marketing. Investir em mídia com soluções multiplataforma foi o caminho encontrado. Com isso, utilizaram os veículos da NSC para divulgar o Festival de Colchões, resultando em um aumento de 45% nas vendas.

Caso Vitorino Colchões

Assistir mais tarde Compartilhar

negócios SC

LEIA TAMBÉM

O que é growth hacking e como utilizar esse conceito

Depoimento de cliente em vídeo auxilia o visitante no processo de tomada de decisão

SEO

Agora é hora de caprichar em alguns detalhes para melhorar seu ranqueamento nas buscas e aparecer na frente dos seus concorrentes.

20. META TAG: É um código HTML que o usuário não vê na página, mas que serve para informar aos motores de busca o título das páginas e uma breve descrição delas. Seu preenchimento com palavras-chave é importante para aumentar a relevância do site nas pesquisas on-line.

21. PALAVRAS-CHAVE: São responsáveis por estabelecer a relação entre seu conteúdo e o interesse das pessoas em buscas na internet. Pesquise quais são as palavras-chave mais relevantes para seu negócio e procure utilizá-las nos títulos das páginas e ao longo dos textos.

22. MAPA DO SITE: Esse é um arquivo que fica armazenado no seu servidor e que indica aos motores de busca todas as páginas que devem ser indexadas para resultados. No Google, por exemplo, é possível fazer essa indexação pelo Google Search Console. É uma forma de garantir que mesmo as páginas com menos acessos possam ser encontradas.



Preocupação com SEO deve ir além do que está visível ao usuário

23. IMAGENS COM ALT TEXT E NOME:

Como os buscadores não veem imagens, eles precisam de outro tipo de informação para poder exibir um carro quando alguém usa a palavra-chave “carro” na busca. Essas informações estão contidas no alt text (descrição), que fica escondida no código da página, e no próprio nome do arquivo. Portanto, em vez de nomear suas imagens como “fotocarro.jpg”, especifique: “carrovermelhoconversivel.jpg”.

24. PLUGIN DE SEO:

Plataformas como o WordPress também permitem que você instale diversos plugins para otimizar seu conteúdo, como um de SEO para monitorar o uso de palavras-chave, a força do seu link building, entre outros fatores.

25. CHAMADAS PARA AÇÃO:

É importante deixar claro para o usuário as ações que você espera dele, de acordo com o objetivo do site ou de páginas específicas, como a de contato ou as landing pages. Teste variações dessas chamadas e avalie os resultados pelo Google Analytics.



LEIA
TAMBÉM

Como
melhorar a taxa
de conversão
nos sites?

Deixe claro no
CTA a ação
esperada do
usuário

The image shows a modal window titled "eBook: Tudo sobre Marketing" with a close button (X) in the top right corner. Below the title, it says "Preencha o formulário para download". There are three input fields: "Nome Completo", "E-mail", and "Perfil" (which is a dropdown menu with "Selecione" and a downward arrow). At the bottom, there are two buttons: a blue "ENVIAR" button and a grey "CANCELAR" button.

Segurança

Segurança virtual é indispensável tanto para sua empresa quanto para os visitantes, ainda mais no caso de um e-commerce. Uma pesquisa da Blue Corona mostrou que 88% dos consumidores não realizam uma compra se percebem alguma insegurança no site.

26. BACKUP: Acidentes podem acontecer, mas o tamanho do prejuízo depende diretamente da sua capacidade de se precaver. Fazer backups regulares do site é uma excelente medida de prevenção.

27. CERTIFICADO SSL: Está vendo um cadeado e o endereço com inicial “https” na sua barra de navegação? Isso indica que o site é seguro, pois as informações de navegação são protegidas por um sistema de criptografia. Ter essa informação visível passa mais segurança aos visitantes.

28. ROBOTS.TXT: Enquanto o mapa do site é um arquivo para indexar páginas nas buscas, o arquivo robots.txt indica aos buscadores quais páginas não devem

ser exibidas. É o caso de seções de teste ou áreas administrativas do site.

29. FILTRO DE SPAM: Principalmente para quem tem campos de comentários e blogs, um filtro de spam preserva a imagem da marca contra ações invasivas de terceiros.

30. NOTIFICAÇÃO DE QUEDA DO SERVIDOR: Alguns serviços de hospedagem têm uma função de aviso quando há uma queda no servidor, permitindo à sua empresa esclarecer a situação ao público por outros canais de comunicação.



Revisão

Com o site pronto e tudo no lugar, é hora de fazer os testes finais antes do lançamento e garantir que o projeto vá ao ar sem erros.

31. TESTE DE NAVEGAÇÃO:

Peça tanto para a equipe do projeto quanto pessoas externas experimentarem todas as funções do site. Veja se todas as páginas abrem em diferentes dispositivos, se as imagens e textos aparecem corretamente, se os formulários para cadastro e contato funcionam etc.

32. DESEMPENHO: Para verificar a velocidade com que um site abre, existem ferramentas como o WebPagetest.

33. REVISÃO DE CONTEÚDO:

Confira se as informações estão corretas, se não há erros de digitação ou quebras de formatação do texto.

34. ABERTURA DE IMAGENS:

Todas as imagens abrem rapidamente e em boa resolução? Os banners de rolagem estão funcionando como deveriam?

35. CONFERÊNCIA DE LINKS:

Teste os links internos para saber se todos direcionam para as páginas corretas. É possível automatizar a busca por links “quebrados” com ferramentas como Broken Link Check.



Broken Link Check é uma ferramenta para a busca de links “quebrados”

Conclusão

Depois de seguir esse checklist, seu novo site tem tudo para ser um sucesso e contribuir para o crescimento da sua empresa.

Clique aqui e veja como podemos conectar seu negócio a ainda mais pessoas.

 **negócios SC**

