

A smiling woman with curly hair is working on a laptop in an office setting. The background is blurred, showing other people and office equipment. The image is overlaid with a blue geometric design on the left side.

e-Book

COMO TRANSFORMAR
MEU SITE EM UMA
MÁQUINA DE VENDAS?



INTRODUÇÃO

3

POR QUE INVESTIR EM UM SITE INSTITUCIONAL?

5

MARKETING DE CONTEÚDO E A MÁQUINA DE VENDAS

10

OTIMIZANDO O SITE PARA VENDER MAIS

16

CONCLUSÃO

22

SOBRE A VIA AGÊNCIA DIGITAL

24



INTRODUÇÃO



INTRODUÇÃO

Um bom número de empreendedores reconhece que ter um site é parte vital para o crescimento dos seus negócios. Porém, em muitos casos, falta visão estratégica ou mesmo conhecimento para transformar seus sites em uma máquina de vendas de verdade. A grande questão é que muitos desses mesmos empreendedores não sabem onde estão errando ou nem mesmo desconfiam que estejam errando.

Não sabem que apenas criar um site e esperar que ele se torne uma autoridade no meio on-line não é o suficiente, é necessário trabalhar efetivamente na sua customização para ver os bons resultados.

Entendemos que não é fácil tentar fazer tudo sozinho, é preciso percorrer um longo caminho para conseguir obter presença significativa na internet e fazer com que seu site conquiste o seu espaço em meio a tantos outros.

Mas, para ajudá-lo nesse importante processo, desenvolvemos esse e-book com **as melhores práticas para que você consiga construir um site, realmente, estratégico para ajudar a alavancar suas vendas** e fazer sua empresa crescer o mais breve possível.

A partir de agora é com você. É só acompanhar as próximas linhas para saber mais. Boa leitura!



POR QUE INVESTIR EM UM SITE INSTITUCIONAL?



POR QUE INVESTIR EM UM SITE INSTITUCIONAL?

Antigamente, seus concorrentes poderiam estar há alguns metros ou mesmo quilômetros de distância, mas agora estão apenas há alguns cliques. Seu site se tornou uma das principais ferramentas para atrair clientes e aumentar o número de vendas.



Por isso, empresas de todos os portes vêm investindo pesado na otimização de sites institucionais para **ampliar a visibilidade dos seus negócios e abrir vantagem no mundo virtual.**

Para melhor entendimento sobre esse ponto, falaremos abaixo um pouco mais acerca do site institucional e de suas principais vantagens. Acompanhe!

MAS O QUE É UM SITE INSTITUCIONAL?

Tendo em mente o cenário de digitalização do conhecimento e das relações sociais atuais no ambiente online, **torna-se imprescindível que sua empresa invista em um site institucional para garantir uma melhor colocação nesse meio.**

Um site institucional é, antes de tudo, a página profissional da sua empresa, onde constam as principais informações e contatos desta. Ele funciona, dessa forma, como um ponto de contato entre seus clientes e a sua empresa no mundo digital.

Quais são as principais vantagens oferecidas por um site institucional?

PRESENÇA ONLINE 24 HORAS

Visto que a maioria das pessoas busca realizar grande parte de suas [pesquisas na internet](#), **possuir presença online 24 horas é essencial para garantir que os visitantes do seu site possam ter acesso a informações sobre a sua empresa**, seus produtos ou serviços a qualquer momento que precisarem.

Independentemente da disposição de funcionamento da empresa, o seu site estará sempre ali para atender e sanar as dúvidas dos usuários e futuros clientes, podendo assim, **ampliar o fechamento de muitos negócios, mesmo quando não houver nenhum contato humano disponível no momento.**

MELHOR CUSTO/BENEFÍCIO

O site institucional é um dos recursos on-line de melhor custo-benefício, **visto sua comodidade e eficiência para ajudar no crescimento do seu negócio.**

Não é necessário investir grande quantia para colocá-lo no ar. Ter um bom domínio, design e funcionalidades relevantes, já é um bom começo para que seu site se torne uma máquina de vendas.

FORTALECIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL

Um site institucional ajudará a fortalecer a identidade visual da sua marca, **fazendo com que seu público a reconheça como uma autoridade naquilo que faz**, garantindo mais credibilidade e maior aceitação no mercado.

FACILIDADE DE OTIMIZAÇÃO DO CONTEÚDO

Permitir a administração do conteúdo é outra vantagem de um site institucional. Veja por que:

1. Maior oportunidade de o empreendedor conduzir o cliente acerca das informações mais importantes sobre a empresa, seus produtos e serviços.
2. Possibilidade de criar um blog onde poderá postar conteúdos de interesse dos seus clientes, garantindo assim, maior engajamento e, consequentemente, mais vendas.

COMO É POSSÍVEL BUSCAR UM SITE REALMENTE PREPARADO PARA VENDER?

Antes de tudo, é importante ressaltar que um site institucional não é um site de vendas, propriamente dito, esse tipo de página é mais voltado para questões informacionais acerca da empresa.

Entretanto, isso não quer dizer que o site institucional não possa auxiliar no processo de vendas da sua empresa, pelo contrário, caso seja otimizado de forma correta, ele pode contribuir para a divulgação dos seus produtos ou serviços.

Se quiser que o seu site institucional esteja preparado para vender, observe os seguintes pontos:

- » invista em design e funcionalidade;
- » otimize o conteúdo de acordo com as [técnicas de SEO](#) para facilitar a busca;
- » mantenha um conteúdo formal e profissional;
- » ressalte as conquistas e a história da empresa;
- » tenha um site Cross-Browser para facilitar o acesso em qualquer navegador.

Na atual conjuntura, **investir em um site institucional não é mais apenas uma vantagem, mas sim uma necessidade** de todo empreendimento que vise alcançar o sucesso e elevar a sua lucratividade.



MARKETING DE CONTEÚDO E A MÁQUINA DE VENDAS



MARKETING DE CONTEÚDO E A MÁQUINA DE VENDAS

Atualmente, o Marketing de Conteúdo tem sido uma das estratégias mais preciosas do Marketing Digital, por isso, é extremamente importante que o empreendedor absorva o máximo de conhecimento acerca dele, visando ampliar o seu negócio tanto no ambiente off-line quanto on-line.

Assim, a partir de agora, dissertaremos sobre essa estratégia, conceituando-a, mostrando suas vantagens e apresentando um simples passo a passo de como implementá-la em seu site. Veja o que está por vir!

O QUE É MARKETING DE CONTEÚDO?

No mundo virtual, o marketing gira em torno praticamente de um único núcleo: conteúdo relevante!

A ideia central do Marketing de Conteúdo é **atrair o cliente de forma natural, orgânica e menos invasiva**, fazendo com que ele se interesse realmente pelo conteúdo e venha, por si só, buscar os produtos ou serviços de seu interesse, invertendo, assim, a lógica de venda, ou seja, fazendo o cliente vir até a empresa e não o contrário.

Isto é, a [estratégia do Marketing de Conteúdo](#) consiste na produção de **conteúdos valiosos e úteis** que visam atrair um determinado público-alvo, aumentando, dessa forma, o número de conversões, clientes e, logicamente, vendas.

QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS VANTAGENS DE SE UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA?

O Marketing de Conteúdo não serve apenas para ajudar a **transformar seu site em uma máquina de vendas** por meio de conteúdos de qualidade, ele também é responsável por uma série de outras vantagens como as apresentadas abaixo:

APROXIMAÇÃO DO CLIENTE

Por se concentrar em criar um conteúdo com base nas características e necessidades do seu público-alvo, o Marketing de Conteúdo, consequentemente, também ajuda a **criar elos emocionais entre cliente e marca**, fator esse, essencial para garantir maior fidelização.





OTIMIZAÇÃO DE PROCESSOS

Um conteúdo bem elaborado e relevante pode ajudar a otimizar, e muito, uma série de outros processos da empresa, tais como atendimento ao consumidor, redução do custo de aquisição de clientes (CAC), conversão de leads e acompanhamento da jornada de compra através do funil de vendas.

BRANDING

O Branding consiste em uma série de estratégias que **fará com que sua marca permaneça viva na mente dos consumidores**. Suas ações contribuem para a criação e gestão da marca, fazendo com que o cliente tenha uma percepção positiva em relação a ela.

Por dar bastante enfoque ao conteúdo direcionado, o Marketing de Conteúdo **auxilia o processo de Branding em diversas etapas**, ajudando a marca a se fortalecer no mercado e gerar mais lucros para empresa.

PASSO A PASSO PARA COLOCAR O MARKETING DE CONTEÚDO EM PRÁTICA

PASSO 1 – DESCOBRIR O FOCO DA EMPRESA

Em primeiro lugar, é necessário saber qual é o foco da empresa, analisando desde o serviço ou produto ali produzido até a quem se destinam (público-alvo).

A partir do momento que se tem consciência do que a empresa produz e para quem produz, o seu site pode ser otimizado para corresponder ao perfil do seu negócio.



PASSO 2 – CRIAÇÃO DE UMA PERSONA

Essa é uma das partes mais importante do Marketing de Conteúdo, pois a persona, personagem fictício com as principais características do seu público-alvo, **dará os principais insights de como e para quem o conteúdo deverá ser criado.**

Por isso, nesta etapa, para a criação de sua persona, **é essencial um estudo minucioso acerca do perfil do seu público**, buscando apreender algumas informações como gênero, faixa etária, nível de escolaridade, informações demográficas, profissão, desejos, medos e, principalmente, suas necessidades mais latentes.

PASSO 3 – DESENVOLVIMENTO DO CONTEÚDO

Com base nas informações obtidas sobre sua empresa e sobre a persona, **você deverá produzir conteúdos que visem converter o maior número de leads possível para o seu negócio.** Assim, mostre a suas personas como sua empresa pode ajudá-las a sanar suas necessidades e conquistar seus objetivos.

Seu conteúdo precisa ser bem direcionado e otimizado para atingir o seu propósito, pois não basta apenas que ele se encaixe perfeitamente no perfil do seu público, é necessário que o seu público tenha acesso a ele.



OTIMIZANDO O SITE PARA VENDER MAIS



OTIMIZANDO O SITE PARA VENDER MAIS

Para que seu site se transforme na máquina de vendas que tanto quer, é necessário investir fundo na sua otimização, pois não basta apenas ter um espaço para postar informações, é necessário fazer com que as pessoas tenham acesso a elas.

Abaixo apresentaremos algumas estratégias importantes para a otimização do seu site, assim você conseguirá vender mais.



SEO - SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Por experiência própria, sabemos que dificilmente as pessoas chegam a visitar a segunda página de busca no Google, por isso **é extremamente importante aplicar estratégias de SEO que façam com que seu site apareça na primeira página**, ou melhor ainda, consiga alcançar um Featured snippet (caixinha que aparece no alto da página com a descrição de uma pesquisa feita pelo usuário).

As técnicas de SEO, visam otimizar o seu conteúdo com base, principalmente, em palavras-chave relacionadas a seu negócio.

Essas palavras-chave devem ser utilizadas em determinadas partes do texto, como nos subtítulos e títulos, assim como nas legendas que descrevem as imagens, objetivando **dar maior visibilidade à sua página com base na lógica dos motores de busca.**

Entretanto, vale ressaltar que não basta apenas lançar as palavras aleatoriamente ao longo do conteúdo, **é extremamente importante que elas fluam naturalmente** ao longo deste, tanto para melhorar a experiência do cliente como para não ser penalizado pelos buscadores do Google.

DISPOSIÇÃO DE ELEMENTOS NO SITE

Outro quesito muito importante a se observar está relacionado à disposição dos elementos no seu site, ou seja, **tanto as informações como links para outros conteúdos devem estar organizadas estrategicamente na página de acesso.**

Essa organização é extremamente importante, pois sites desorganizados ou com informações de difícil acesso são vistos, na maioria das vezes, com desconfiança pela maioria do público, além é claro, de dificultar o seu ranqueamento.

TESTES A/B

Em termos práticos, o teste A/B é um experimento que lança duas versões de uma mesma página, uma A (a original) e outra B (com alguma mudança inserida).

Ambas serão disponibilizadas para acesso por um determinado tempo e depois será analisada qual obteve melhor aceitação do público, ou seja, **qual gerou mais conversões para o seu site.**

O teste é parte importante para verificar até que ponto o seu conteúdo está bem otimizado e gerando leads.



DESIGN UX - USER EXPERIENCE DESIGN

Como já dizia Steve Jobs: design é função, não forma.

Sem sombra de dúvida, **o design é um dos maiores atrativos do seu site**, porém peca quem acredita que neste estão inseridas apenas questões estéticas. A parte técnica também é fator bastante relevante para trazer uma [melhor experiência para o usuário](#).

É preciso avaliar bem desde as cores escolhida no layout até a disposição de alguns elementos na página, tudo visando **facilitar a interação e a usabilidade do usuário no site em questão**.

ESTABELECIMENTO DE MÉTRICAS

As métricas são ferramentas de mensuração utilizadas para **avaliar o desempenho das suas ações de marketing online**. No caso do seu site, por exemplo, você pode utilizar várias métricas para analisar o comportamento dos seus usuários.

Estabeleça os objetivos e metas que deseja alcançar e depois **verifique quais métricas são mais adequadas para mensurar o** desempenho ou diagnosticar os principais pontos fracos do site.

Definir as métricas certas para avaliar seus resultados é muito importante para que você possa **ter uma noção melhor daquilo que está dando certo e aquilo que deve ser mudado**, visando sempre aumentar seus lucros e expandir seus negócios.





CONCLUSÃO



CONCLUSÃO

A cada dia que passa, o mercado empreendedor, tem se tornado mais concorrido e, sem sombra de dúvida, o maior palco do desenrolar dessa concorrência ocorre no meio digital, pois é nesse ambiente que as pessoas estão cada vez mais inseridas.

Porém, o lado positivo dessa realidade é que **pequenos e grandes empreendimentos podem concorrer de forma justa**, vencendo aquele que possuir as melhores estratégias de [Marketing Digital](#).

Ou seja, no ambiente digital o que vale não é quanto você tem ou quanto você pode, mas sim o que faz com o conhecimento que adquire.

Portanto, coloque todo o conhecimento adquirido nesse e-book em prática e **veja o seu site se transformar em uma máquina de vendas tão rápido como num piscar de olhos**. Aproveite esse imenso espaço democrático para realizar o sonho de ter um negócio de sucesso e uma vida mais tranquila e com mais qualidade.



AGÊNCIA DIGITAL

A Via é focada em criar projetos com um design diferenciado, que valoriza a marca do cliente. Entregamos o que realmente prometemos, com excelência técnica e experiência de mercado.

Hoje, a solução é uma. Amanhã, é outra. Se o assunto é conhecimento, a gente nunca para. [Visite o site da Via](#) e conheça nosso trabalho!

