

Que páginas deve ter o meu site?

1ª parte



Carlos Pinto Ascensão
Director do Portal WebMarketing

Antes de começar a pensar sobre o que escrever, é importante que crie um plano e defina o que cada página deverá conter. Dessa forma, não se irá repetir ou esquecer informações vitais. As páginas mais comuns de sites bem sucedidos incluem:

1. Home Page (página inicial)

Esta é a sua página de "vendas" e deve fornecer informações sobre o que pode fazer para os seus clientes. Deve também dar aos seus visitantes uma breve panorâmica do que pode encontrar no seu site. Esforce-se para que o seu visitante perceba em poucos segundos do que trata o seu site.

2. Produtos/Serviços

Apesar de ter uma página que congregue tudo, é útil ter uma página separada para cada produto ou serviço e escrever o máximo de detalhes possível sobre cada um deles. Comece cada página com um breve resumo do produto ou serviço, para depois detalhar com todos os pormenores possíveis. Quando as pessoas estão a pesquisar informações na Internet, elas querem saber AGORA. Quanto mais informação fornecer, mais credibilidade conseguirá obter.

3. Fale Conosco

Coloque informações de contacto em tantos sítios quanto possível. Torne mais fácil para os seus clientes contactá-lo. Crie uma página especial "Fale Conosco" e inclua os seus dados na página "Sobre nós" e também no fim de cada página. Informação a incluir: nome empresarial, endereço físico, endereço de mailing, telefone, fax, e-mail, número de suporte, endereço do website.

4. Preços

Sempre que possível, inclua o preço dos seus produtos/serviços. Mesmo se não puder ser específico. Deve colocar pelo menos uma margem de preços, por exemplo, serviço de consultoria desde 30 euros à hora, dependendo do grau de especialização.

5. Testemunhos/Comentários de Produto/Antes & Depois

Inclua depoimentos dos seus clientes actuais para mostrar aos seus potenciais clientes que é de confiança, fiável e que lhes proporciona um grande serviço e/ou produtos. Inclua apenas depoimentos reais e, se possível, forneça informações de contacto da pessoa que prestou o testemunho. Se não tem nenhum agora, vá buscá-los! Basta enviar um e-mail aos seus clientes e pedir o seu feedback sobre o seu negócio e serviço. Também pode incluir fotos do antes e depois. Mostre a imagem do problema e, ao lado, exiba a imagem de resolução, com uma explicação dos benefícios do seu produto.

6. Perguntas mais frequentes (FAQ's)

A página de FAQ's resulta numa grande poupança de tempo quer para a sua empresa quer para o seu cliente. Em vez de ter que responder às mesmas perguntas várias vezes, coloque-as no seu site e continue a

Há páginas que são absolutamente indispensáveis num website. A Home, Contactos, Produtos e Localização, são das mais comuns. Mas há muito mais. Neste artigo, apresentamos 25 ideias de páginas para acrescentar valor ao seu site.

adicioná-las. Quanto mais informações tiver no seu site, menos tempo precisará para responder às perguntas por e-mail ou telefone. As FAQ's devem focar as preocupações do seu cliente que, de outra forma, podem ser um obstáculo à concretização de uma venda.

7. Formulário de resposta, como "Subscrever" ou "Questionário"

Uma necessidade absoluta, se quiser construir uma mailing list. A maioria das pessoas não gosta de dar muita informação, por isso peça apenas o básico, como o nome e o endereço de e-mail. Depois, basta manter contacto regular com os seus clientes, enviando informações que podem ser do seu interesse.

8. Revista online ou Newsletter

Este é um grande instrumento de marketing. Não só o ajuda a manter contacto com os seus clientes, mas também proporciona ao seu site novos conteúdos. A prática regular de envio de newsletters obriga-o a ir procurar novos conteúdos para o seu site. Inclua informações sobre o seu negócio, sector ou qualquer coisa que possa ser do interesse dos seus clientes.

9. Recursos/Artigos

Acrescente valor ao seu negócio. Forneça informação que é complementar ao que faz. Por exemplo, se vender vinhos inclua informações sobre enologia, viticultura ou gastronomia. Ao adicionar informação extra estimula mais visitas.

10. Quem Somos

Esta é uma página muito importante na medida em que diz ao seu cliente sobre quem você é e por que eles deveriam comprar os seus produtos, serviços e/ou confiar na sua organização. Pode também indicar o seu horário de expediente (se tiver uma loja de retalho) ou quando podem falar com alguém ao telefone. Muitas empresas também incluem a sua missão, detalhes do seu pessoal (fotos, biografias, qualificações), projectos concluídos recentemente, NIF, logótipo, direcções para a sua loja/escritório. Também pode incluir detalhes de associações comerciais a que pertence, alvarás e quaisquer prémios que possa ter ganho.

11. Garantia

Garanta uma política de reembolso. Quanto maior o período da política, mais eficaz será. Poderá ser de 30 dias, 60 dias, um ano ou ao longo da vida.

12. Pesquisa

Saiba o que os clientes pensam sobre o seu site, a empresa ou produto.

13. Agenda de Eventos

Isto pode dizer respeito à sua empresa ou sector. Se você é um artista, pode indicar datas, onde e quando a sua arte será exibida ou se você é um cantor, onde irá actuar.

(continua na próxima edição)