



O QUE EU PRECISO SABER ANTES DE TER UM SITE?

Você tem um sonho.... Divulgar mais sua empresa.

**Ter mais clientes? Vender mais?
Um site pode ajudar...**

O QUE EU PRECISO SABER ANTES DE TER UM SITE?

1. É preciso ter a noção exata de qual produto/serviço você vai oferecer e para qual público.

Para planejar o site, tem que pensar no público-alvo, também chamado persona ou avatar. Quais são as suas características mais comuns, faixa etária, interesses. Quais os problemas ou desejos que o seu produto/serviço pode atender.

Isso é necessário para que a linguagem do site seja adequada ao cliente e ele se identifique com a empresa, conseguindo, assim, um engajamento que leva à confiança.

Ninguém compra de quem não confia.

2. Estrutura do site, quais os botões (links)

Se não tiver uma ideia da estrutura do site, é possível consultar sites da mesma área e escolher o que se adapta melhor no seu caso ou da sua empresa.

Normalmente, o webdesigner/empresa desenvolvedora faz essa pesquisa, dá sugestões ao cliente e, juntos, estabelecem a estrutura final.

3. Decidir quem vai criar o conteúdo, se o próprio cliente ou se um redator será contratado.

Às vezes, a empresa já tem material promocional, catálogos ou folders que servem como base para criação do texto para internet, que será adaptado e desenvolvido em torno das palavras-chaves. Tudo tem que ser bem pensado para atingir o melhor resultado nos sites de busca.

Caso a empresa não tenha o conteúdo, pode-se contratar um redator.

É fundamental produzir conteúdo de qualidade e otimizado.

4. Quais imagens serão utilizadas? Fornecidas pelo cliente ou de banco de imagens?

Exatamente, como ocorre com o texto, quando a empresa já tem material promocional, é importante que mantenha a comunicação visual, utilizando as mesmas imagens.

Quando não existe esse material e a empresa não tem fotos, pode-se utilizar imagens gratuitas de banco de imagens, que não terão exclusividade, ou imagens pagas.

5. Escolher o domínio do site.

O domínio ou URL é o endereço do site na internet. Pesquise no www.registro.br se o endereço desejado está disponível.

Caso não esteja, pesquise variações do nome.

6. Qual o provedor será contratado.

O provedor é a empresa que hospeda o site, ou seja, aonde os arquivos do seu site estarão na internet. É importante que esse provedor seja de fácil acesso, pois, caso seja necessário fazer alguma correção ou apresente algum problema no servidor, a solução deve ser rápida.

A **Vya Digital** tem parceria, há 15 anos, com a **Insidesign**, www.insidesign.com.br, e nesse período, sempre obteve ótimos serviços e empenho na solução de eventuais problemas.

7. Estratégias de SEO

Verifique se o webdesigner/empresa desenvolvedora tem conhecimentos de estratégias de SEO (Search Engine Optimization - Otimização para Mecanismos de Busca), que é o conjunto de técnicas utilizadas para melhorar o posicionamento de um site em buscadores, especialmente, no Google e no Bing.

Alguns exemplos de estratégias de SEO:

- a.** Os títulos das páginas devem ter URL's amigáveis, ou seja, o nome de cada página interna do site deve dar uma ideia do conteúdo da página, facilitando indexação (inclusão no índice) para o Google e demais sites de busca.
- b.** Palavras-chaves e descrição de conteúdo com os devidos códigos;
- c.** Utilização dos códigos corretos para os destaques nos títulos e descrição de imagens;
- d.** As imagens devem ser nomeadas de acordo com o produto/serviço e não com números ou outro nome que não as identifique;

e. Conteúdo otimizado e projetado em torno das palavras-chaves;

f. Criar sitemap, que é a lista das páginas do site para que o Google e demais sites de busca identifiquem o conteúdo mais facilmente;

g. Layout responsivo, que é o layout que se ajusta às diversas resoluções de computadores e celulares.

Como o número de usuários, que utilizam dispositivos móveis, cresce, a cada dia, o Google privilegia os sites que estão de acordo com esse padrão, pois facilita a navegação. Com isso, os sites com layout responsivo ficam melhor classificados quando o usuário faz a busca.

8. Mídias sociais

Verifique se o webdesigner/empresa desenvolvedora tem conhecimento em estratégias de Marketing Digital pois elas são fundamentais para o melhor desempenho do site e precisam “trabalhar” em conjunto com ele. Quanto mais links externos vierem para o seu site, maior a relevância para o Google, melhorando o posicionamento do site na hora da busca.

É importante criar engajamento com o cliente, através das mídias sociais, postando conteúdo educativo sobre seu produto/serviço.

Como o cliente compra, normalmente, de quem ele confia, as mídias sociais são fundamentais para construir essa relação de confiança.

Especialmente, o Facebook tem grande relevância nesse trabalho, pois é possível direcionar anúncios e post impulsionados (patrocinados) para um público específico sem gastar muito com isso.

Contato

Espero que essas dicas tenham ajudado a esclarecer dúvidas e, se quiser mais informações, entre em [contato](#), que estarei à disposição.

Denise Monteiro de Castro

Webdesigner e Consultora de Marketing Digital

16 3441-6108 / 98148-2000

www.vyadigital.com.br