

AGÊNCIA COLUCCI

10 Dicas

PARA TER UM SITE
que realmente vende

AC

AGÊNCIA COLUCCI

INTRODUÇÃO

Quem não quer um site que realmente venda e faça seu negócio girar mas que não sabe por onde começar, e por este motivo foi escrito este material para oferecer um norte tanto para quem já possui um site quanto quem vai começar agora.

1 - Tenha uma versão mobile responsiva

Neste primeiro ponto é que seu site precisa obrigatoriamente a ter uma versão otimizada para smartphones, onde o conteúdo e a mensagem são carregados de maneira leve e direta, pois atualmente mais 70% das buscas realizadas no Google são de aparelhos mobile e em alguns público inclusive esse número chega a passar de 90%.

E quando o seu site não é otimizado e não responde bem ao acesso de smartphones provavelmente está perdendo mais de 90% de todos os interessados em seu produto/serviço.

Mas como posso resolver?

Simples! Desenvolva uma versão mobile responsiva de seu site atual e realize algumas configurações técnicas para que os visitantes que acessarem pelo dispositivo móvel e assim com pouco investimento já consegue atender bem este tipo de público.

2 - Defina muito bem seu público alvo

Antes de qualquer coisa é importante que você e seu comercial tenham em mente qual é o seu público alvo e como ofertar um produto para ele, e por isso é imprescindível ter isso bem definido.

Existem diversos métodos para definir e configurar o público alvo a ser atendido, e um deles é a definição de uma persona, que representa as características psicológicas e comportamentais desta pessoa específica.

O que facilita muito em entender os medos e necessidades que ela possui e como a sua oferta pode ajudá-la.

3 - Velocidade é importante

Nada é pior para seu visitante do que ele acessar seu site e ele demorar mais de 30 segundos para carregar.

E pior para você que provavelmente vai perder um possível prospecto que tinha interesse no seu produto/serviço.

Atualmente segundo a Google, o tempo ideal é que um site leve no máximo 3 segundos para carregar todo o conteúdo da página. Sendo tolerável até 5 segundos e qualquer coisa acima disso você pode estar perdendo dinheiro.

A própria Amazon que possui uma das maiores loja virtuais em funcionamento no momento realizou um estudo onde ao conseguir reduzir o carregamento de 3s para 2s o faturamento aumentou em mais de 20%, já que boa parte dos visitantes não saiam por não esperar os três a quatro segundos, esta é a importância do tempo de carregamento do site.

Mas como eu sei que meu site está lento?

Você pode usar o Google Speed Test que permite você digitar seu site e a ferramenta fará uma análise do conteúdo e da velocidade do mesmo, apresentando um relatório detalhado que pode servir como referência.

Outras maneiras de evitar que o site fique lento ou demore muito para carregar na tela do visitante:

-Evite a utilização de vídeos e imagens não otimizados para cada tipo de acesso;

-Evite conteúdo duplicado e que não tem objetivo na página;

-Evite o uso em excesso de animações e processos que não agregam nada

É importante também conversar com os responsáveis pelo servidor, pois às vezes existe algum problema interno que não está sendo tratado, porque não foi percebido antes ou mesmo a falta de recursos computacionais, o que acaba não atendendo as necessidades do seu site.

4 - Dê atenção há segurança

Atualmente o Google está dando maior atenção quando se trata de segurança sempre dando maior valor para sites que tenha o famoso certificado SSL.

Mas o que é certificado de SSL?

Sabe quando você acessa um site e vem aquela mensagem Site não seguro? Então, é por causa da ausência deste certificado.

Desta maneira seu site não pode ser acessado usando por exemplo o https://, isso não é realmente um problema quando no seu site você não realiza vendas online criptografadas e seguras, mas existem relatos que o algoritmo no Google já está alavancando sites no posicionamento usando certificado SSL.

5 - Faça teste A/B com Landing Pages e Hotsites

Para quem não conhece o teste A/B é uma das ferramentas mais utilizadas no Marketing em geral, que consiste basicamente em criar duas ou mais versões de um produto/serviço/página ou até mesmo anúncio e depois enviar uma quantidade de visitantes, e no final do período você consegue analisar qual das duas ou mais opções teve o melhor resultado.

Desta maneira você consegue entender qual das opções obtém melhor resultado e assim você consegue ter maior taxa de acerto e definir qual a melhor forma de abordar um prospecto interessado no produto / serviço.

Sabe o que é mais legal desta ferramenta? É que você não precisa mudar tudo de uma única vez, apenas a mudança da cor de um botão simples por exemplo e assim você pode testar qual modelo traz mais retorno, obtendo mais resultados.

6 - Invista em estratégias de E-mail Marketing

Por mais que muitos digam que o e-mail morreu e hoje é tempo dos mensageiros instantâneos, ainda é possível notar que muitos assuntos são tratados por meio do bom e velho e-mail, que apesar de tudo não perdeu sua importância!

E justamente por este motivo e por ser utilizado ainda em grande escala é que ele ajuda a definir e praticar uma estratégia automatizada de envios de campanhas por e-mail. Se torna mais que obrigatória para qualquer esforço de marketing que tem como objetivo obter resultados com os prospectos.

E aqui é válido campanhas de ativação da lista, alimentação com conteúdo e até promoções diárias em caso de lojas virtuais, enfim existe uma grande variedade de tipos de campanhas que podem gerar vendas pelo site com um investimento relativamente mínimo.

7 - Entenda seus concorrentes e roube deles

Como o grande Pablo Picasso dizia: “Bons artistas copiam, grandes artistas roubam!”, e isso é uma das maiores verdades que existe no marketing e não se sinta mal por isso. Monitorar o que a concorrência está fazendo tem que ser rotina em qualquer empresa, mas não só copiar, você precisa roubar a idéia e modificá-la para que fique com a seus diferenciais.

Por isso é importante sempre acompanhar o que o mercado está praticando. Quais ferramentas, canais mais comuns e como seus concorrentes diretos e indiretos estão reagindo a estes movimentos do mercado.

8 - Foco em sua força

Toda empresa possui em seu cerne uma força que a diferencia de todas as outras, por vezes ela apenas executa muito bem um determinado serviço ou produz um produto com uma excelência elevada. Ter noção disso é essencial, isto deve ser o maior foco de seu site, afinal é impossível uma empresa conseguir ter excelência em todos os seus dez produtos e serviços oferecidos. Desta maneira ter um foco único oferece maior retorno.

Por isso é importante que no site, o primeiro elemento que o visitante vai ver é a força da empresa, pois deve ser por onde a empresa é mais procurada e normalmente é o seu produto/serviço carro chefe. Caso seu site atual não tenha esse conceito é bem provável que ele pulverize as ofertas, o que causa confusão no visitante, logo maior rejeição.

9 - Tenha mais que um canal de vendas

Não se limite em ter apenas um único canal de atendimento de seu visitante, a menos que você tenha algum motivo muito forte opte em usar mais que uma porta de comunicação entre seu site e o visitante.

Entende-se que a melhor forma é oferecer um contato via e-mail, Whatsapp ou Telegram, em alguns casos um chat online cai muito bem e até mesmo um número telefônico com um comercial ativo para atender, enfim é necessário ter isso muito bem definido e não criar resistências no atendimento do cliente.

10 - Invista em Tráfego Pago!

E por fim, a maior das verdades e o que muitos ainda não encararam é que atualmente para você conseguir resultados reais, é necessário investimento, não existe mais maneiras a curto prazo para trazer visitantes de graça.

Cada vez mais o famoso tráfego orgânico está diminuindo em plataformas sociais como Facebook e Instagram, isso quer dizer que se sua audiência recebia 80% de suas postagens hoje esse número mau chega em 20%, com a tendência que este número diminua cada vez mais, o que praticamente obriga qualquer empresa que realmente tenha interesse em alcançar aquela audiência a pagar por isso.

Além de que você consegue definir muito melhor que tipo de público você realmente quer atingir com 100% de certeza, já no caso de orgânico você abre a porta para qualquer um, com um grau de acerto muitas vezes menor até.

Claro que não quer dizer que as estratégias para trazer esse público acabaram ou estão morrendo, longe disso, mas são abordagens que trazem resultado no médio a longo prazo, e muitas vezes isso não é o ideal.

Bônus: Desenvolva uma estratégia de conteúdo com o seu SEO para médio prazo.

E a última dica é: enquanto desenvolve uma estratégia de ganhos no curto prazo invista em algo com ganhos a médio e longo prazo, e para isso você deve optar em otimização do SEO da página para ganhar posições nas buscas do Google e geração de conteúdo para ampliar a presença de sua empresa como autoridade no assunto.

Isso com o tempo vai gerar uma frequência contínua de tráfego orgânico para seu site, o que gera maiores oportunidades de novos prospectos para seu comercial.

Conclusão

Além destas 10 dicas citadas acima você precisa sempre procurar melhorar e aperfeiçoar seu site, atualizando-se sempre as tendências que se encaixam no seu modelo de negócios. Esperamos que tenha feito uma excelente leitura e que essas informações levam o seu negócio para o próximo nível.

Obrigado!
Agência Colucci

Precisa de ajuda para implementar sua estratégia de Marketing Digital?

Nós da Agência Colucci temos como principal objetivo ajudar você a alcançar seus objetivos no mundo do marketing digital, precisando mudar o rosto de sua empresa ou mesmo ampliar sua presença online?

Entre em contato com nossa equipe:
contato@agenciacolucci.com.br

Ficou com dúvidas?

Acesse nosso site www.agenciacolucci.com.br para mais informações.