

# Criar landing pages que convertem

## Conteúdo



### PRIMEIRO INFORME, DEPOIS VENDA

Comece bem: engaje os usuários com um conteúdo relevante e informativo.



Como esses simples muffins transformarão a forma como você se alimenta



### SEJA PRECISO

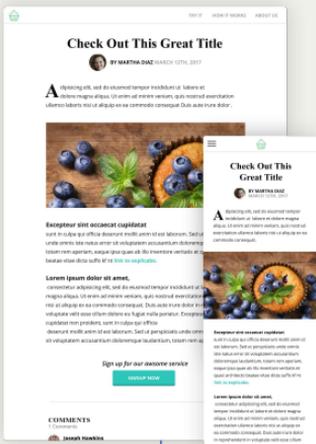
Seja claro sobre o que é o seu produto e enfatize os diferenciais e proposta de valor.

## Design da página



### Seja breve

400-600 palavras são suficientes para descrever o seu produto. Conteúdos B2B podem ser maiores.



### Use imagens

Adicionar uma imagem no início do artigo tornará sua página mais convidativa. Certifique-se de que a imagem não ocupa toda a largura da página, desta forma o usuário sabe que pode continuar navegando.



### Tenha layout simples

Uma fonte preta num fundo branco mantém o usuário envolvido com o conteúdo.



### Torne o conteúdo legível

Títulos em negrito, fontes legíveis e em bom tamanho, parágrafos curtos e clareza na escrita garantem maior permanência do usuário na página.

## Experiência do usuário

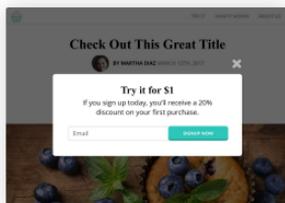


### Use pop-ups de forma inteligente

Os usuários fecham instintivamente páginas com pop-up. Se você precisar utilizar este recurso, garanta que o pop-up será disparado apenas quando o usuário estiver engajado com o conteúdo.

### Cuidado ao criar links

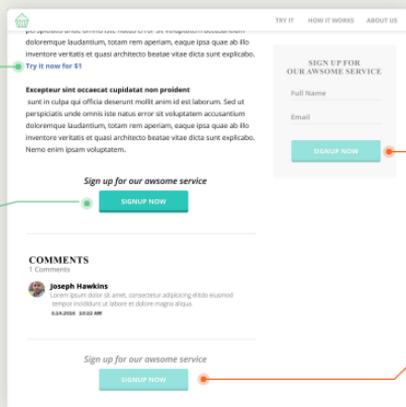
Certifique-se que os links externos sejam abertos em uma nova janela.



## Call to action (CTA) - O que fazer e o que evitar

### LOCALIZAÇÃO

Adicione um CTA menos agressivo no decorrer da página. Um link pode funcionar bem para este objetivo.



Não coloque o seu CTA principal na coluna da direita. O usuário pode não percebê-lo durante a leitura do conteúdo.

Adicione um CTA imediatamente após o artigo.

Não coloque o CTA após botões de compartilhamento e/ou comentários. O usuário pode não notar!

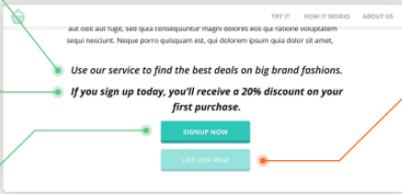
Reforce em uma breve sentença o objetivo do seu serviço ou produto



COPY

Dê aos usuários um incentivo para tomar uma ação: um desconto, amostra, teste, e-book, etc.

Diga ao usuário o que ele irá encontrar após o clique. Use uma linguagem precisa e orientada para a ação, como "Compre Agora", "Inscreva-se", ao invés de um genérico "Clique Aqui".



Não estimule múltiplas ações. Foque no CTA do seu objetivo principal.



FORMATO

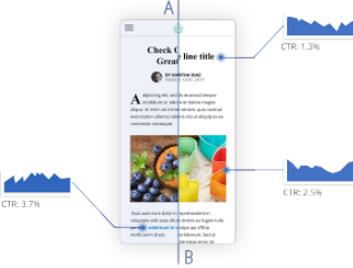
Encontre maneiras criativas para gamificar a sua ação, usando o formato de quizze se possível. Isso aumentará a probabilidade do usuário prosseguir com a ação.



Evite deixar o seu CTA com aparência de banner, já que os usuários costumam ignorá-los. Separar o seu CTA em um bloco com fundo colorido também produz um efeito semelhante ao de um banner.

Não confie em um CTA flutuante no rodapé. Os usuários podem não percebê-lo.

## Dicas



### Teste

Os hábitos de navegação dos usuários estão em constante mudança. Faça testes A/B regularmente com os principais elementos da sua página, assim você garante que sempre estará atingindo o seu potencial máximo de conversão.

### Inove

Videos, galeria de fotos, quizzes e outros tipos de conteúdos exclusivos tem o potencial de alcançar um público totalmente novo para o seu produto. Experimente novos formatos sempre que possível, mas lembre-se das regras acima!

