

# Qual é o Melhor site?

## 1. Site institucional

**Sites institucionais** são ideais para empresas que já possuem um público cativo ou que, ao menos, já está inteirado sobre os produtos e serviços que a organização desenvolve. Isso porque ele funciona como um cartão de visitas online, podendo ter pouco efeito para visitantes não familiarizados com o seu negócio.

Geralmente, esses sites contam com seções mais descritivas sobre a empresa, bem como produtos e serviços. Como eles costumam ser limitados do ponto de vista do **Marketing Digital**, novas estratégias têm sido aplicadas para potencializar esse modelo de site.

A criação de um **blog** é a principal alternativa para isso, dentro das estratégias do **Marketing de Conteúdo** — ou seja, oferecer algo útil ao seu visitante sem que você necessariamente fale sobre seu produto.

Vamos supor que você tem um consultório de advocacia e passa a prestar informações sobre leis e processos em uma linguagem acessível em seu **blog**. Essa tática conquista a simpatia e o interesse do visitante por sua marca, fazendo com que ele se tome um cliente em potencial, também conhecido como lead.

À medida que você nutre esses leads, eles são impulsionados a avançar na jornada de compra, aumentando assim a lucratividade da sua empresa.

Esse assunto nos leva ao nosso próximo tópico, que são os sites dinâmicos.

## 2. Site dinâmico

Os sites dinâmicos são aqueles que procuram combinar diferentes seções — sejam elas de cunho institucional ou um blog — dentro de um mesmo site. Ou seja, o conteúdo muda e expande-se com o passar do tempo.

Esse tipo de página contribui muito para ações mais efetivas de Marketing Digital, já que não se limita a falar apenas sobre seus produtos. Aqui, você pode adicionar um diário virtual oferecendo dicas e informações importantes para cativar seu cliente, por exemplo, através de **conteúdo** relevante e que gera interesse.

O modelo é usado por empresas de diversos portes, trazendo bons resultados tanto para quem pode investir mais quanto para quem ainda atua com uma verba limitada. Assim, o site dinâmico é uma boa pedida para quem quer melhorar seu alcance na Internet.

### 3. Loja virtual / e-commerce

Entender o que é um site de e-commerce não tem muito mistério, apesar de envolver um volume de trabalho imenso para mantê-lo atualizado.

Uma [loja virtual](#) se caracteriza pela venda direta de produtos e serviços ao cliente por meio da Internet. São muito bons para lojas de roupas, calçados ou mesmo serviços delivery e outros formatos diversos de venda.

Porém, para fazê-lo funcionar devidamente, procure desenvolver um site [responsivo](#) e que esteja constantemente atualizado com os produtos dispostos para venda e sua precificação.

Como existe uma concorrência acirrada na Internet, a [experiência do usuário](#) é uma questão central para que ele se interesse em realmente efetuar uma compra. Sites clean e com a finalização da compra disponível a um clique levam vantagem.

### 4. Site one-page / mini-site

Os sites one-page ou mini-site possuem a grande vantagem de serem altamente responsivos. Por resumirem todo o conteúdo em uma única página subdividida por seções que abrem na própria home page, são bastante adequados para empresas com uma audiência jovem e ocupada, familiarizada com esse tipo de linguagem e acostumada com a rapidez da Internet.

Muitas universidades, escolas e empresas de [Marketing](#) têm optado por esse recurso, tanto pelo perfil do seu público quanto pela possibilidade de oferecer informação com rapidez e de sair na frente em relação à concorrência.

### 5. Portais

Os portais são ainda mais diversos e completos do que os sites dinâmicos citados anteriormente. Você já deve ter entrado em um site como o [G1](#) ou o [Yahoo!](#), que condensam uma grande quantidade de dados, informação e [conteúdo](#). Esses sites costumam conter em uma mesma estrutura a seção de notícias, meteorologia, moda, e outras páginas diversas.

O objetivo de condensar tanta informação é o fato de os portais serem voltados para empresas que trabalham com dados e notícias e precisam atingir um grande número de visitantes todo os dias para manter seus negócios funcionando.

Gerenciar um site tão repleto de informação não é tarefa fácil, e a terceirização da administração de um trabalho como esse é parte integrante de sua estrutura. Muitos desses sites contam com colaboradores externos para produzir suas notícias e manter sua rede atualizada. Tudo depende do volume de dados que você possui e como pode geri-lo.

## 6. Hotsite

Os hotsites são sites esporádicos feitos para reforçar alguma campanha de publicidade ou de Marketing. Pode ser um produto novo ou mesmo algo sazonal que o seu negócio vai lançar e pelo qual as pessoas deverão nutrir um interesse passageiro.

Redes de fast-food, por exemplo, podem usar esse recurso quando lançam uma nova combinação de comes e bebes. É extremamente comum esse recurso no setor automotivo, quando do lançamento de um novo carro. O mesmo vale para marcas de roupas e calçados que vão lançar uma linha exclusiva. Tudo depende de como seu negócio atua e qual a importância de determinadas ações de publicidade.

## 7. Landing Page

As landing pages são muito similares aos hotsites, porém, o foco principal é trabalhar com todo conteúdo em uma única página para apresentação de serviços / produtos, geração de leads e vendas. Campanhas específicas em [links patrocinados](#), [redes sociais](#) e outros costumam redirecionar seus visitantes para essas páginas, fazendo com que as empresas tenham uma visão melhor das conversões.

Este é um resumo de alguns modelos de sites que podemos encontrar pela internet. Levando em conta que podemos criar o web site que for projetado.