

Como escolher um profissional ✨ **PARA CRIAR O SEU SITE?**



SUMÁRIO

Introdução.....	3
Por que ter um site?	4
O que é preciso saber antes de criar um site?	6
Antes de tudo.....	6
Quatro perguntas	7
Por onde começar	7
Design e infraestrutura	8
Como criar um site?	9
Os Profissionais	10
Webdesigner	10
Webmaster	10
Desenvolvedor ou programador	10
Analista da Web	11
Administrador de bancos de dados	11
Arquiteto de informação	11
Especialista em usabilidade.....	11
Editor de conteúdo.....	11
Profissional de marketing digital	12
Especialista em SEM.....	12
Especialista em SEO	12
Estrategista de redes sociais	12
Como encontrar o profissional certo?	13
Identifique suas necessidades	13
O que observar em um profissional?	13
Preço e valor	14
Experiências	15
Qual profissional?.....	15
Conclusão	16

INTRODUÇÃO

A Internet é seguramente a mídia que mais cresce no mundo. Enquanto outras mídias diminuem seu alcance e abrangência, a Internet cresce a olhos vistos. Para muitos pode parecer que há uma saturação de sites e de profissionais que trabalham na confecção dos mesmos, mas há ainda muito espaço a ser desbravado.

Nosso objetivo deste e-book é mostrar as vantagens que uma empresa ganhará ao ter o seu próprio site, e como encontrar o profissional mais adequado para atender às suas necessidades.



POR QUE **TER UM SITE?**

Hoje em dia, para qualquer empresa, é preciso estar na Internet. E mesmo com a popularização desta mídia, há quem ache que não há necessidade de ter uma maior presença online. Muitos se perguntam sobre a necessidade de ter um site, por exemplo.

Alguns acham que a melhor estratégia é confeccionar páginas nas redes sociais e interagir com seus clientes. Outros acham que a melhor opção é economizar em um site, hospedando-o em um serviço gratuito e sem domínio registrado, o que é uma estratégia errônea: apesar da economia, você está submetido às regras do serviço, que por não te cobrar nada, estará

no direito de fazer tudo da maneira que quiser - ele pode simplesmente fechar as⁴ portas sem aviso prévio, não oferecer políticas de backup, não oferecer indexação para buscadores como o Google ou ainda colocar anúncios na sua página, por exemplo. Afinal, alguém tem que pagar a conta, e nesse caso, não está sendo você. O barato pode sair caro e um provedor pago será a melhor opção.

Um site é espaço na Internet que pertence a sua empresa, que associado a sua presença nas redes sociais, poderá trazer excelentes resultados, é o melhor caminho. Para te ajudar nessa decisão, resolvemos elencar 10 motivos para ter um site:

1. Sua empresa está disponível no horário comercial e além dele, em finais de semana, de noite...
Enfim, 24 horas por dia, 365 dias por ano.
2. Um site bem feito traz uma imagem profissional, que transmite confiança e credibilidade aos visitantes do site.



3. Tendo um site, é possível realizar um marketing mais eficiente, com anúncios mais econômicos e segmentados para públicos específicos, por exemplo.
4. A alteração do seu catálogo de produtos e serviços oferecidos é instantaneamente repassada aos seus clientes, ao contrário de material impresso.
5. O site não está necessariamente restrito à sua cidade, estado ou país. Você poderá alcançar novos mercados com uma audiência global.
6. A interação com o seu público é mais rápida. Vendas e pedidos de informação podem ser processados de forma automática e imediata. Formulários podem ser usados por seus clientes para pedir orçamentos ou mais informações. Propostas e outros documentos importantes podem ser baixados. Tudo isso gera economia para a empresa.
7. A partir dos contatos estabelecidos entre clientes e empresa, é possível obter informações importantes sobre o seu público, que podem ser usadas em ações de mercado, como promoções e divulgação dos seus produtos e serviços. O site é o melhor meio para que isto ocorra.
8. Ter um site fortalece a marca de uma empresa. Construir uma marca de valor pode levar muito tempo e demandar um grande esforço, porém a Internet pode funcionar como um atalho. Para isso, o seu site deve ser funcional, rápido e útil. O objetivo é que o seu usuário goste do seu site, a ponto dele querer voltar a ele posteriormente. Isso transmitirá uma ideia positiva sobre o seu negócio.
9. Usar um site como meio de comunicação tem um custo mais baixo do que adotar um meio tradicional, como jornal, rádio ou televisão. Se levarmos em conta o alcance geográfico, o tempo de exposição da sua marca e a flexibilidade na manutenção, a relação custo x benefício é excelente. A confecção de um site compensa muito para uma empresa que investe nessa ação.
10. Um site bem organizado passa a sensação de que a empresa é maior do que ela realmente é. Isto é um fator que pesa a favor da empresa, em termos de credibilidade.

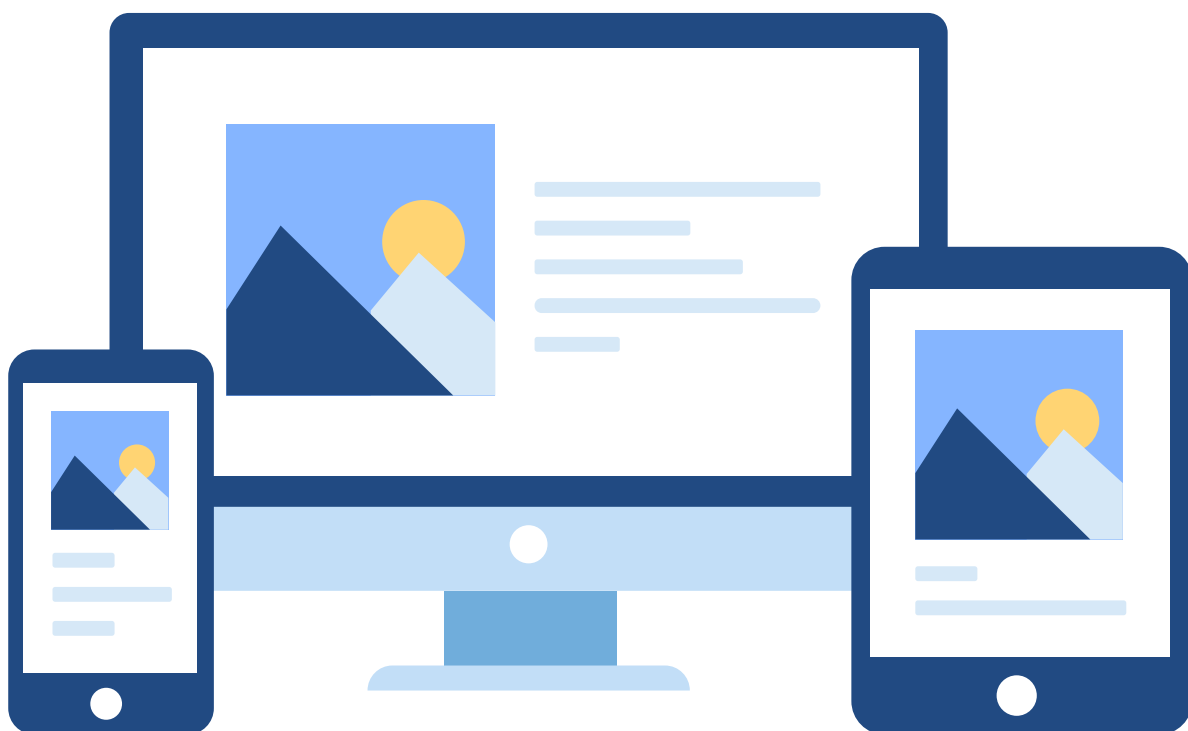
O QUE É PRECISO SABER ANTES DE CRIAR UM SITE?

Se você está decidido a criar um site, então você deverá pensar sobre ele. Não adianta nada ser bem referenciado e bem localizado, se o seu site não tem qualidade. Não basta ser bom, tem que ser pelo menos ótimo para se destacar na Internet. Então, o que podemos fazer antes de criar o site para garantirmos qualidade acima da média para o produto que iremos oferecer.

Antes de tudo

O processo completo de desenvolvimento de um site pode levar de algumas semanas a alguns meses, e demanda a ação de profissionais de diferentes áreas. Hoje em dia, com a concorrência, é preciso ter qualidade acima da média para se destacar.

É muito fácil se perder nos detalhes. Um site não é simplesmente uma página, mas um conjunto de páginas, interligadas por links, de forma que seja um arranjo lógico. Por isso é importante planejar o que estará lá.



Quatro perguntas

1. A quem esse site se destina?
2. Qual informação deverá estar disponível nesse site?
3. A informação está facilmente acessível?
4. Qual o retorno esperado para quem o acessou?

Pense nessas perguntas e as responda. Com base nessas respostas, você fará o seu site.

Por onde começar

É preciso saber claramente e definir qual é o objetivo principal do site.

Pense como o usuário. O que é óbvio para você, não necessariamente é óbvio para os outros.

Não é vergonha olhar os sites dos concorrentes. Veja o que eles fizeram, como eles resolveram problemas, e faça melhor do que eles.

Quem é o seu público-alvo? Seja claro. Defina faixa etária, gênero, formação... E como elas vão interagir com seu site. O que torna o seu site melhor do que a concorrência? Seu site precisa se destacar em comparação aos seus concorrentes.

Qual é o seu diferencial?

Você está fazendo um site novo, ou reformulando um site antigo?

Isto faz muita diferença. Ninguém quer navegar em sites com o visual dos primórdios da Internet. Se for fazer a reformulação, analise o site antigo, veja seus pontos fracos e corrija-os. Torne o seu site mais agradável e mais rápido. Isto é desejável em todas as situações.



Design e infraestrutura

Use um design que seja agradável. Converse com o profissional que irá fazer o design, para acertar de antemão o que é desejado para o site. Defina um estilo, mas seja flexível. Nem sempre o que você quer é o melhor para o site.

Pense num site que seja responsivo, ou seja, um site que seja plenamente acessível a partir de dispositivos “de mesa” (como computadores) e também a partir de dispositivos móveis (tablets e smartphones). A responsividade de um site ajuda na indexação dos mecanismos de busca.

Um site precisa ter conteúdo. Pense sobre qual será o conteúdo do seu site. Muitos sites copiam conteúdo dos outros. Invista em conteúdo original: artes, conteúdo, visual... Um site com conteúdo próprio e exclusivo se destaca.

Manter um site é mais difícil do que fazê-lo. Manutenção custa tempo e dinheiro. Os componentes não “estragam” ou “apodrecem”, mas desatualizam. O conteúdo fica desatualizado, e deve ser atualizado. Falhas de segurança são encontradas, e devem ser corrigidas, sob pena de serem exploradas por gente mal-intencionada e gerarem prejuízo. Então, como será a atualização do site?

Não esqueça da acessibilidade. Pessoas com necessidades especiais, como baixa ou nenhuma visão; deficientes auditivos; pessoas com difi-

culdades de movimentação, entre outros. Todos querem poder navegar no seu site. Garanta o direito deles terem acesso.

O tráfego de um site consiste na transmissão de dados entre o servidor que hospeda o site e os usuários. Isto ocorre várias vezes, e é importante saber quanto tráfego seu site gera. Quanto mais pessoas acessarem o site e navegarem nele, maior será o tráfego:

Um exemplo: suponhamos que a página inicial do seu site tenha 1Mb de tamanho, ao todo. Se o tráfego médio diário for de 1024 visitantes, no final de um mês, somente a página inicial terá gerado 30720 Mb (30 Gb) de tráfego. Se o site tiver um número alto de acessos, o provedor deverá entrar em contato com o proprietário do site para trocar de plano, um que seja mais de acordo com suas necessidades no momento. Será um plano mais caro. Faça uma estimativa do volume de tráfego do seu site, para ter uma ideia de qual plano de hospedagem você precisará.

O espaço em disco descrito no plano de hospedagem é todo espaço ocupado pelos arquivos que compõem o seu site. Quanto maior é o conteúdo, mais espaço ocupa, e maior serão as necessidades de tráfego na rede. Sites pequenos ocupam menos espaço e geram menos tráfego. Faça uma projeção e garanta o espaço necessário.

A comunicação com os clientes pode variar: redes sociais, contatos a partir de um formulário, comentários em posts, e-mail de contato, entre outros.

Um domínio de rede faz muita diferença, pois traz respeito à marca, por ser visto como um site “único”, não um site que está “dentro de outro”. Logo, reserve domínio de rede (com sufixo .com.br, por exemplo) com o nome da sua empresa. Os provedores de hospedagem, em sua maioria, permitem que a reserva do domínio seja feita junto com o processo de contratação da hospedagem, e é fornecido um desconto no plano.

COMO CRIAR UM SITE?

Se você passou pela categoria anterior, pensou, planejou e decidiu como fazê-lo, vamos então para a criação do site. Vamos ver alguns passos para realizarmos a tarefa de criação de um site:

- 1. Planejamento:** defina o que você quer em termos de site. Se o site será feito do zero ou será usado um software para gerenciá-lo; quais recursos serão necessários; como você pretende mantê-lo atualizado, entre outras coisas.
- 2. Estruturação:** planeje toda a estrutura do site. Como o site deverá ser. Use papel e lápis ou uma ferramenta adequada no computador. Desenhe a estrutura que você pensou para o site, a interface, páginas, seções, ligações entre elas... Monte um diagrama.
- 3. Montagem:** instale o software necessário para o site ou escreva o código e monte o site. Agora é contigo.
- 4. Conteúdo:** adicione conteúdo de qualidade ao site. Mantenha uma rotina para atualizar o conteúdo colocado, isso é muito importante. Bom conteúdo fideliza o visitante. Publique material relevante e de boa qualidade.
- 5. Publicação:** coloque o site em um provedor de hospedagem, faça as alterações para o DNS apontar para o endereço certo, e aguarde.
- 6. Publicidade:** use ferramentas de divulgação para aumentar a visibilidade do site. Anúncios, otimização para sites de busca, links patrocinados, contatos com assessoria de imprensa... Essas e outras ações aumentam as visitas.

- 7. Manutenção:** atualização de conteúdo, correção de falhas, resposta aos visitantes, análise do tráfego, entre outras atividades. Não se torna relevante na Internet de um dia para o outro. Pelo contrário, leva tempo, e devido à grande concorrência, é preciso se reinventar toda hora. Esteja preparado para isso.

OS PROFISSIONAIS

Mas digamos que você não tenha condições (seja tempo, seja conhecimento) para realizar todo esse processo de construção de um site. A ação e o talento de profissionais especializados certamente serão úteis para fazer com que seu site seja um sucesso. Agora, quais profissionais seriam os mais indicados? Primeiro será necessário saber quais são estes profissionais, e suas capacidades. Vamos a elas:



Webdesigner

O webdesigner trabalha todo o conteúdo de um site: imagens, banners, o visual do site em si. Ele trata imagens, confecciona banners, formata textos... Enfim, ele gerencia todo o visual do site, organizando os conteúdos de forma a desenvolver a navegação da página. Essa atuação também ocorre em iniciativas de marketing digital.

Webmaster

O webmaster garante que um site opere da melhor forma possível em nível técnico. Ele desenvolve e implanta sistemas, examinando os requisitos necessários, especificando sua arquitetura, escolhendo ferramentas para trabalho, realizando tarefas complexas, entre outras coisas. Logo, ele é um administrador, prestando suporte técnico e treinamento ao cliente, além de redigir documentação.

Desenvolvedor ou programador

O programador redige código-fonte. Ele desenvolve, adapta e corrige falhas em sistemas de gerenciamento de conteúdo, plugins e templates, de forma a resolver problemas e melhorar o funcionamento dos mesmos.

Analista da Web

O analista da Web faz a análise e desenvolve projetos de sistemas Web. Ele faz levantamento de requisitos, mapeia processos e faz modelagem de dados, com o objetivo de implementar sistemas de acordo com o objetivo da empresa. Ele também analisa o desempenho de sistemas já implantados, soluciona problemas técnicos e redige manuais.

Administrador de bancos de dados

Este profissional gerencia e mantém as bases de dados que compõem o site da empresa. Sua função é otimizar o funcionamento dos bancos de dados, de forma a minimizar problemas, como falhas de segurança, gargalos e outros.

Arquiteto de informação

Os arquitetos de informação são os responsáveis pela estrutura e organização de um portal ou site. Seu objetivo é melhorar a sua navegabilidade. Eles organizam os elementos para tornar o site mais acessível e trabalham diretamente com programadores, designers, especialistas em usabilidade e outros profissionais.

Especialista em usabilidade

Este profissional tem por missão conhecer o que os usuários buscam e querem encontrar em um site. Logo, ele é um analista, um pesquisador de mercado e realiza estudos frequentes para saber o que os clientes gostariam que melhorasse no site.

Editor de conteúdo

O editor de conteúdo é, na prática, um jornalista para a era digital. Este profissional se encarrega de levantar informações, e a partir daí cria e prepara conteúdo para um site, seja qual for o propósito desse site, de um site corporativo a um jornal digital.

Profissional de marketing digital

O profissional de marketing digital é o especialista em publicidade para a web. Este é um profissional que recomenda-se ter formação em Comunicação e Marketing, Pesquisa de Mercado, Estatística ou Sociologia. Sua função está centrada em identificar novas oportunidades, tendências e problemas para o desenvolvimento de produtos com êxito. Ele se encarrega de realizar projeções de vendas e trabalhar de forma conjunta com o comércio. Além disso, é sua função analisar os resultados obtidos com os produtos já lançados no mercado.

Especialista em SEM

Aqui temos o especialista em marketing para os sites de busca. SEM quer dizer Search Engine Marketing. Ele decidirá a audiência para qual será dirigida uma ação publicitária, quais palavras chaves que serão patrocinadas e como fazê-lo. Esse profissional também estabelece o orçamento necessário para essa e outras iniciativas.

Especialista em SEO

O site tem que se provar relevante para os sites de busca, então é necessário otimizar seus conteúdos para que ele apareça melhor posicionado nos resultados das buscas. Este é o trabalho do especialista em SEO (Search Engine Optimization). Identificar palavras chave, analisar competidores e conseguir que o site em questão encabece e se mantenha na lista dos sites de busca é a meta a ser alcançada.

Estrategista de redes sociais

O especialista em redes sociais estabelece a comunicação entre a empresa e o público através de redes sociais, como Facebook, Twitter e LinkedIn. Uma das suas tarefas é fomentar conversas e debates na rede e interagir com os comentários dos visitantes do site.

COMO ENCONTRAR O **PROFISSIONAL CERTO?**

Como você pode ver, existem diversas profissões que trabalham com a Web. Também vemos que várias delas tem, em suas atribuições, uma certa sobreposição: especialistas em SEO e SEM trabalham em áreas afins; alguns webmasters podem acabar substituindo os programadores; a linha que separa as áreas de analista da Web e especialista em usabilidade são muito tênues... E por aí vai.

Logo, é fácil acontecer uma certa confusão. Vamos então pensar um pouco e identificar profissionais que poderão prestar corretamente este serviço.

Identifique suas necessidades

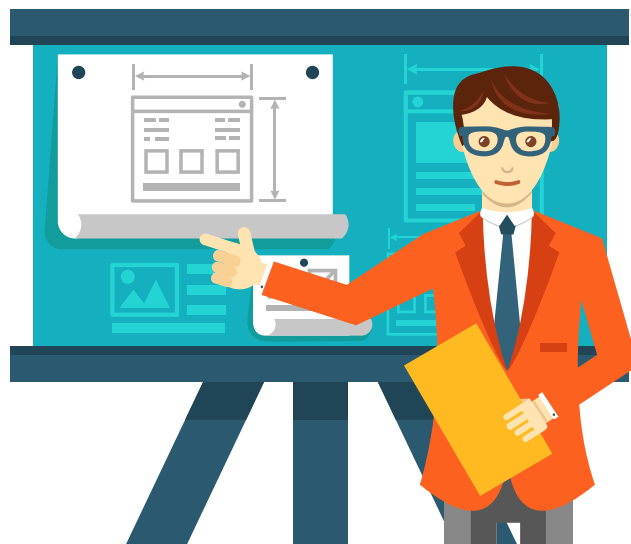
Primeiro, é fundamental esclarecer o que é necessário. Conforme falamos anteriormente, sobre como fazer um site, identificar as suas necessidades é o primeiro passo, inicial e fundamental. Feito isto, você terá que ver qual profissional se adequa mais às suas necessidades.

O site pode ser para divulgar a sua empresa, vender um produto ou serviço, oferecer informações que você considera úteis ou, simplesmente, para apresentar a si mesmo e suas ideias. A finalidade do website determina a escolha dos profissionais que serão envolvidos.

O que observar em um profissional?

Analise o site da empresa ou do profissional que você pretende contratar para a confecção do seu site: design, conteúdo, velocidade, qualidade nas imagens, interface utilizada, entre outras coisas. Veja como esse profissional se apresenta na Internet.

Procure referências. Veja o portfólio do profissional, procure os sites nos quais ele participou da confecção. Busque informações a respeito do profissional, como:



qualidade no atendimento aos clientes; como foi o suporte prestado por esse profissional; se os prazos foram longos ou não, e se foram cumpridos; qual é o retorno que o site tem dado ao cliente; se os preços foram justos; entre outros.

Preço e valor

Muita gente pressupõe que o preço mais baixo seja o fator fundamental para a definição de quem fará o trabalho. Já diz o ditado: muitas vezes, o barato sai caro. Lembre-se que valor e preço são coisas distintas. Sua empresa tem valor, e colocar a confecção de um site nas mãos de uma empresa que não está empenhada pode ser prejudicial. Um site é um poderoso cartão de visitas do seu empreendimento, logo a apresentação é fundamental.

Profissionais que prestam serviços oferecendo um preço muito baixo, podem não ser capazes de entregar o conteúdo desejado, da maneira imaginada.

Procure orçamentos detalhados e evite valores muito dissonantes, como por exemplo uma oferta de prestação de serviço muito menor do que a média oferecida no mercado.

Priorize capacidade técnica e qualidade ao preço. Certamente isto minimizará suas dores de cabeça a médio e longo prazo.



Experiências

Uma das condições ideais é que o profissional esteja atualizado em relação às exigências e inovações do mercado. Existem dois extremos nessa situação que não são desejáveis:

1. Profissionais muito conservadores podem não abarcar novas tecnologias, transformando o seu site em um museu de grandes novidades, usando tecnologias defasadas para a confecção do website, dando um aspecto de site “velho”.
2. No outro extremo, existem profissionais que poderão transformar o seu site em um balão de ensaios. E aí, sua hospedagem se torna um laboratório, e será comum o site sair do ar devido a problema com a maturidade da tecnologia empregada ou pelas experiências feitas pelo profissional.

Equilíbrio é fundamental. Usar tecnologias mais novas é algo desejável, mas transformar o site em uma coleção de experimentos mal amarrados é um risco que não vale a pena correr.

Qual profissional?

Se você quer iniciar o processo, será necessário um profissional que construa esse site, baseado nos seus critérios. Inicialmente, a ação de um webmaster será necessária para fazer o projeto do site. Note que a função desse profissional se confunde muito com a função do analista de web, mas são situações específicas. O analista, muitas vezes, trabalha já com o site pronto com o objetivo de torná-lo melhor e mais eficiente.

Veza por outra, o webmaster pode também exercer a função de webdesigner, definindo o visual do site e a disposição dos elementos que o compõem. Mas não é obrigatório que o profissional

cumpra ambos os papéis.

O desenvolvedor (ou programador) torna-se necessário em situações mais específicas, quando você precisa customizar um software de gerenciamento de conteúdo, corrigir erros ou desenvolver novos plugins. Em alguns casos, pode ser necessária a criação de um novo software para a gerência do site, mas são casos muito raros.

Os arquitetos de informação são necessários quando trabalhamos com sites muito grandes, com muitas páginas e um grande volume de acessos. Os administradores de bancos de dados são necessários em uma situação como a anterior,

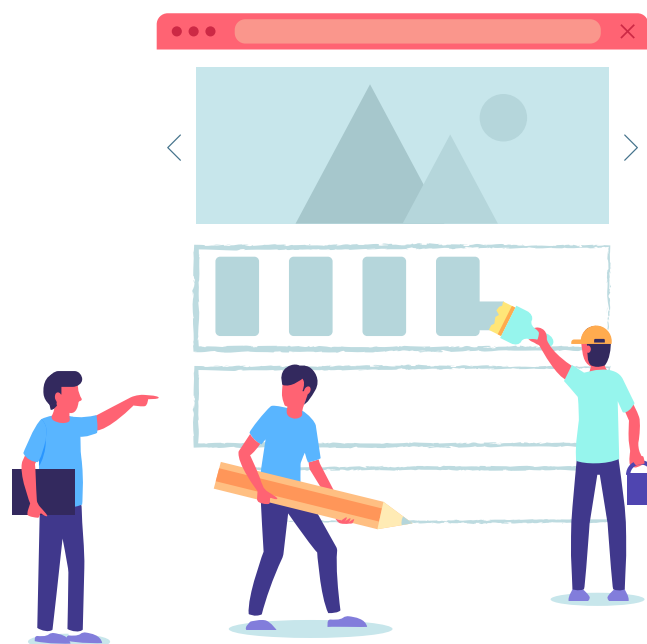
mas um bom suporte do provedor de hospedagem (como a Hostnet) pode resolver todos os problemas relacionados a bancos de dados.

Os webmasters acabam construindo a usabilidade inicial dos sites, mas caso seja preciso um projeto mais detalhado, é melhor contratar um profissional mais capacitado nesse campo, como um especialista em usabilidade. Os editores de conteúdo são tão importantes quando webmasters e webdesigners.

Eles fornecerão conteúdo para os sites, de forma a torná-los atrativos e interessantes para quem os acessa. Mas não são tão necessários na fase inicial da construção e preparação do site.

Profissionais de marketing digital e estrategistas de redes sociais são duas funções que podem ser combinadas no mesmo profissional, e que irão alavancar o seu site fazendo uso de marketing digital, enviando e-mails, mensagens de texto, landing pages e comunicação através de redes sociais.

Os especialistas em SEM e SEO podem ser unidos em um profissional apenas, já que são áreas afins. Sua ação será necessária posteriormente, com o objetivo de trazer visibilidade ao seu site, galgando melhores posições nos resultados dos sites de busca.



CONCLUSÃO

O webmaster e o webdesigner são, a princípio, os profissionais mais necessários no início do processo. É possível que a intervenção de um ou mais desenvolvedores seja necessária, visto o crescimento do projeto do site. Outros profissionais serão agregados ao projeto, conforme a sua necessidade. Alguns se justificam no caso de crescimento do site, de um conjunto de páginas para um portal. Assim, será necessário uma equipe para gerenciá-lo.

COMO APROVEITAR MELHOR SEU E-BOOK SOBRE COMO ESCOLHER UM PROFISSIONAL PARA CRIAR O SEU SITE:

1. Criar um site: O que é preciso saber antes de começar?

Acesse: <https://www.hostnet.com.br/blog/criar-um-site-o-que-e-preciso-saber-antes-de-comecar/>

2. Descubra 10 motivos para você ter um site!

Acesse: <https://www.hostnet.com.br/blog/10-motivos-para-voce-ter-um-site/>

3. Por que nenhuma rede social vai te dar mais resultados que um site?

Acesse: <https://www.hostnet.com.br/blog/por-que-nenhuma-rede-social-vai-te-dar-mais-resultados-que-um-site/>

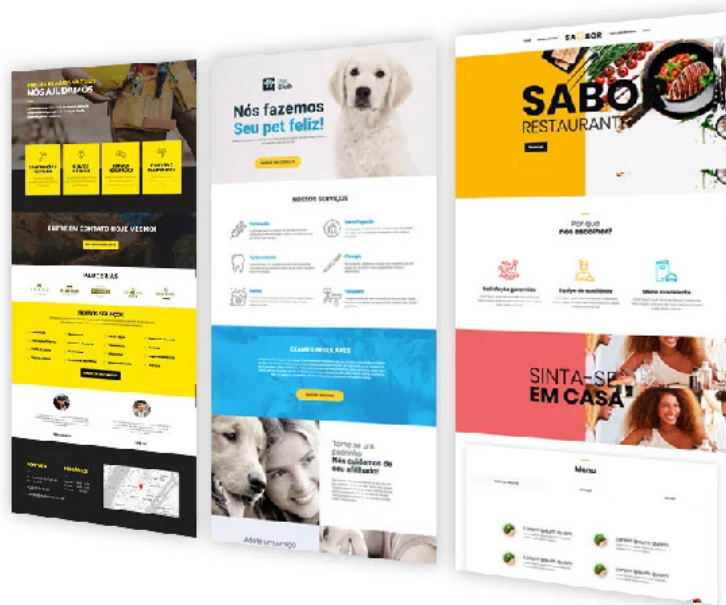
CRIE UM SITE OU UMA LOJA EM WORDPRESS

Nós somos especialistas em soluções para a Internet e podemos te ajudar!

LOJA PRONTA E SITE PRONTO

Tenha um site ou uma loja sob medida para o seu negócio.

- DESIGN MODERNO
- FORMULÁRIO PARA CONTATO
- RESPONSIVO
- OTIMIZADO PARA O GOOGLE

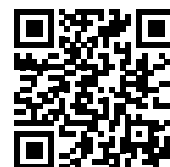


FALE COM UM DE NOSSOS ESPECIALISTAS

A Hostnet possui unidades em diversas regiões do Brasil. Nossos franqueados estão habilitados a prestar uma assessoria digital completa, que vai desde a criação do site, infraestrutura de Internet (hospedagem + domínio), marketing digital, e-mail marketing e automação de marketing.

Acesse o endereço e localize uma unidade especializada próximo de você:

<http://hostnet.com/unidades>





E-BOOK

COMO ESCOLHER UM PROFISSIONAL PARA CRIAR O SEU SITE

REDAÇÃO

Ricardo Jurczyk Pinheiro

REVISÃO

Kauê Linden, Lisane Monteiro, Mabel Antunes

DIAGRAMAÇÃO

Daniel Fernandez

IMAGENS

freepik.com

istockphoto.com

Mais e-books em
www.hostnet.com.br