

11 boas práticas para a criação de sites - Lucas Ferraz

Lucas Ferraz

7-9 minutos

Ao contrário do que muitas pessoas pensam, existem **boas práticas para a criação de sites**.

Afinal, seja um site institucional, um blog ou uma loja virtual, é fundamental reter o lead.

Em outras palavras, com tantas opções de empresas de prestação de serviço, e-commerces, etc, ter um site que apresenta uma boa UX (experiência do usuário) é essencial para garantir boas oportunidades de venda.

Este artigo aborda:

- [11 boas práticas para a criação de sites](#)
 - [1 - Defina os objetivos](#)
 - [2 - Seja persuasivo](#)
 - [3 - Use o padrão W3C](#)
 - [4 - Respeite a legibilidade e a escaneabilidade](#)
 - [5 - Dê liberdade aos usuários](#)
 - [6 - Opte pela criação de sites em mobile-first](#)
 - [7 - Crie um site rápido](#)
 - [8 - Tenha uma página 404 amigável](#)
 - [9 - Use URLs amigáveis](#)
 - [10 - Capriche nas imagens](#)
 - [11 - Deixe as opções de contato sempre visíveis](#)
- [Seu site atual não atende às boas práticas para a criação de sites?](#)

11 boas práticas para a criação de sites

Confira 11 **boas práticas para a criação de sites** que trarão mais resultados.

1 - Defina os objetivos

Antes de começar a criar um site, é preciso definir os objetivos, ou seja, estabelecer as metas que a empresa deseja alcançar através do website.

Além das metas, também é importante determinar qual CMS ou construtor de sites você deseja usar. Existem muitas opções gratuitas e a lista de [tais serviços pode ser encontrada aqui](#). Afinal, criar um site sem um objetivo claro, geralmente ocasiona em um layout confuso e pouco intuitivo.

Portanto, recomendo que você se faça as seguintes perguntas antes de contratar uma empresa de criação de sites:

1. Qual o objetivo do site?

2. Qual a persona da minha empresa?
3. Qual o diferencial do meu site perante o meu público-alvo?
4. Quais são os principais concorrentes no Google?
5. Quais são as palavras-chave da minha empresa?

Com as respostas destas perguntas é possível criar um mapa de navegação.

Lembre-se que o recomendado é que o usuário encontre o que procura com no máximo três cliques.

2 - Seja persuasivo

É muito comum que os usuários se distraiam durante a navegação e deixem o site sem se tornar um lead.

Por isso, seja persuasivo e evite distrações.

Em outras palavras, sempre direcione os usuários para os seus serviços e produtos, e em seguida, às opções de contato.

Confira algumas dicas sobre objetividade e persuasão nas páginas:

1. A home (página principal) deve ser clara a respeito da empresa, seus serviços e produtos;
2. Todas as páginas devem conter um link para a home;
3. Use breadcrumb em todas as páginas, exceto na homepage;
4. As páginas de serviço devem conter todas as informações do serviço e as opções de contato;
5. As páginas de produto devem conter uma descrição detalhada do produto e as opções de compra ou contato;
6. Use copywriting para direcionar e proporcionar segurança aos usuários;
7. Crie links internos objetivos;
8. No blog, sempre insira um link para a home e para um produto ou serviço.

3 - Use o padrão W3C

O [W3C \(Consórcio World Wide Web\)](#) consiste em um conjunto de **regras, especificidades e boas práticas para a criação de sites**.

Ao atender ao padrão W3C, o seu site contribui para uma internet global mais organizada.

4 - Respeite a legibilidade e a escaneabilidade

A [legibilidade consiste em usar textos e frases com leitura fácil](#), proporcionando um entendimento simplificado a respeito das informações transmitidas.

Já a escaneabilidade se refere à facilidade que o usuário tem em encontrar exatamente o que busca na página.

Por isso, considere:

- Evitar iframes;
- Usar ao menos 80% de conteúdo visual (texto e imagens) nas páginas;
- Resguardar de 15 a 20% da página para botões de conversão e navegação;
- Usar um layout clean;
- Respeitar a combinação de cores;

- Respeitar o contraste entre as cores do texto e imagens com o fundo;
- Eliminar conteúdos desnecessários.

5 - Dê liberdade aos usuários

Em suma, um site que prende o usuário a ações limitadas pode perdê-lo.

Por isso, dê liberdade aos usuários, permitindo que eles refaçam as ações ou voltem para a página anterior.

Em contrapartida, é recomendado que todos os links dentro dos posts do blog abram em outra aba, evitando que a leitura seja interrompida.

Além disso, deixe um campo de pesquisa sempre visível de modo a facilitar a navegação interna.

6 - Opte pela criação de sites em mobile-first

Atualmente, a maior parte dos acessos são por meio de dispositivos móveis.

Por isso, [criar um site](#) mobile-first consiste em criar um site mobile, desta forma, o responsivo se adapta para tablets e desktops.

Assim, seu site carregará mais rápido em dispositivos móveis, contribuindo para a retenção.

7 - Crie um site rápido

De modo geral, um site precisa carregar completamente em até 3 segundos.

Ainda, quando falamos de SEO, a velocidade do site é um fator ranqueamento orgânico.

Além disso, hoje, o Core Web Vitals, regras de carregamento e performance dos sites, é um diferencial para sites que querem ranquear no Google.

8 - Tenha uma página 404 amigável

A página 404 é exibida quando o usuário acessa uma página inexistente.

Portanto, crie uma página 404 amigável para mitigar a insatisfação do usuário com a navegação.

9 - Use URLs amigáveis

Ao usar URLs amigáveis, o seu site não só performa melhor no Google como também garante uma experiência mais amigável aos usuários.

Por isso, simplifique suas [URL's usando palavras-chave](#).

10 - Capriche nas imagens

Atualmente, é comum que empresas usem imagens de banco de imagens em seus sites.

Essa não é uma prática ruim, porém, lembre-se que a sua empresa pode ter concorrentes usando as mesmas imagens, e isso é péssimo.

Então, considere contratar um designer para criar imagens autorais que representem a sua empresa, serviços e produtos.

11 - Deixe as opções de contato sempre visíveis

Em muitos sites, as opções de contato são difíceis de encontrar.

Esse foi um erro comum no passado, porém, com a popularização da internet, isso pode custar caro.

Portanto, deixe os principais meios de contato acima do menu, no rodapé e se possível, em botões flutuantes no canto esquerdo da tela.

Seu site atual não atende às boas práticas para a criação de sites?

Se a sua empresa já tem um site e ele não atende às boas práticas, nem tudo está perdido.

Nesse caso, o recomendado é buscar por uma agência ou profissional para adequar o seu site às boas práticas.

Conclusão

Em suma, cada website é único, mesmo assim, existem **boas práticas para a criação de sites** que proporcionam bons resultados.

Então, mesmo que essas especificidades e boas práticas atrasem a criação do site da sua empresa, o resultado final compensa a espera.

Afinal, não adianta ter um site se ele só gera despesas.

Por isso, veja seu site como um meio de captação e retenção de clientes, sendo a ponte entre o seu público-alvo e a sua empresa.

<https://lucasferraz.com.br/blog/boas-praticas-para-criacao-de-sites/>

O que um site deve ter? Confira 11 elementos essenciais



Por [Equipe Flammo](#)

2 de janeiro de 2017

Para imaginar o que um site deve ter, primeiramente você precisa pensar na finalidade da ferramenta. Quais são os seus objetivos com ele? Tornar a marca mais conhecida? Gerar leads? Atrair oportunidades de negócio?

Metas como essas demandam uma página bem estruturada para os visitantes e bem ranqueada nos motores de busca — o que não é tão simples e rápido de conseguir.

Para ter um site bem-sucedido, é necessário seguir uma série de boas práticas em suas configurações. Neste texto você conhecerá 11 elementos indispensáveis. Confira!

1. Carregamento rápido

O que costuma tornar as páginas lentas, entre outros fatores, são muitos códigos e scripts sendo carregados, imagens pesadas e animações em flash — que nem são lidas pelo Google. Aliás, o próprio Google definiu como um dos critérios de ranqueamento a velocidade de abertura dos sites.

Para saber como melhorar esse aspecto, você pode usar o [PageSpeed Insights](#) para identificar e corrigir problemas de carregamento, mas existem outras dicas bem específicas que valem a pena serem seguidas por quem busca obter um carregamento mais rápido. Vamos a elas:

Eliminação de recursos desnecessários

Os plugins e scripts ocupam espaço no seu site. Em muitas ocasiões, eles representam um consumo de recursos maior do que o necessário. Por isso, é importante verificar constantemente a arquitetura desenvolvida e deixar somente os elementos necessários.

Revisão do código

Não são somente os elementos visíveis do seu site que merecem atenção: itens que não são perceptíveis para os usuários também precisam ser analisados, em especial os códigos.

Eles influenciam de forma significativa no carregamento do seu site, por isso é importante mantê-los sempre limpos. Códigos pesados demandam mais trabalho aos servidores, então opte por códigos mais leves.

Medidas simples como remover espaços em branco e utilizar programas específicos para compactar códigos funcionam muito bem e devem ser aplicadas nesse contexto.

Cache habilitado

Uma página aberta em cache nada mais é do que uma cópia da anterior, cujo armazenamento ocorre em um arquivo específico. Esse recurso existe para não gerar sobrecarga ao servidor.

Sabendo disso, é importante habilitar o cache para que o seu site não seja sempre carregado do zero, usando as informações já armazenadas. Ações como essas devem ser incluídas nos itens que uma página deve ter, pois ampliam a capacidade de carregamento.

Hospedagem

A contratação de uma hospedagem não deve ser vista apenas como uma forma de colocar seu site no ar, mas como uma etapa inicial na busca por gerar experiência de qualidade para o usuário, em especial no que diz respeito à velocidade do carregamento.

Outros itens também precisam ser muito bem avaliados, como a relação custo-benefício, a segurança, a capacidade do servidor, o suporte e diferenciais oferecidos pela empresa responsável pela hospedagem.

É recomendado, sempre que for viável, apostar na contratação de uma hospedagem exclusiva, pois as hospedagens compartilhadas apresentam um desempenho aquém e podem comprometer a velocidade de carregamento da sua página.

Testes

Os testes são importantes para verificar a velocidade do carregamento, pois ajudam a identificar e solucionar rapidamente os problemas. É possível até mesmo contar com a ajuda de alguns clientes de confiança, que darão um [feedback](#) e uma noção maior de como os consumidores estão enxergando a experiência proporcionada pelo site.

Além disso, os testes ajudam o seu site a sempre desempenhar em um patamar alto — fator que ajuda a gerar vantagem competitiva.

2. Navegação simples e intuitiva

Páginas com navegação fácil para os visitantes impactam positivamente na [experiência do usuário](#). Aliás, esse conceito de UX (user experience) é um dos mais importantes elementos de ranqueamento nos buscadores e também de satisfação das pessoas que acessam seu site.

Na prática, um site com navegação simples e intuitiva é aquele em que os visitantes conseguem achar o que procuram sem se perder. Trata-se de posicionar as informações principais sem precisar rolar o layout para baixo, o menu no topo página, ter um campo de pesquisa bem visível e oferecer outros facilitadores para o usuário.

Confira algumas vantagens que uma navegação simples e intuitiva geram para o seu site:

Maior volume de vendas

Quando o site é mais intuitivo, acaba tornando a experiência leve e ao mesmo tempo mais completa.

Com isso, o cliente se sente à vontade para navegar por um tempo maior, o que pode gerar mais vendas em uma mesma visita, aumentando o ticket médio e também a recorrência de visitas desse consumidor — o que possibilita [realizar mais vendas](#).

Fidelização de clientes

A qualidade da navegação é tão importante que contribui para o processo de fidelização dos clientes — isso acontece quando há a necessidade de ele fazer uma nova compra.

Sabendo que o seu site proporciona uma excelente experiência ao usuário, a tendência é que ele volte a visitá-lo e faça novas compras. Por isso, investir em uma navegação de qualidade não é apenas focar em aspectos técnicos, mas na criação de um vínculo emocional com os consumidores.

Economia de recursos

Quanto mais simples for a navegação do seu site, menos itens terão que ser colocados e, posteriormente, analisados, gerando uma economia de recursos.

Quando um site tem uma estrutura muito complexa, será necessário investir mais tanto em tecnologia quanto em pessoas para fazer o devido gerenciamento da página.

Aumento do valor agregado

Certamente você já se perguntou por que muitos consumidores aceitam pagar um preço maior em um site, mesmo sabendo que existem outras empresas cobrando valores menores.

A resposta para isso está no valor agregado, ou seja, na boa sensação que aquela empresa desperta no cliente. Uma boa qualidade de navegação é um dos fatores que ajudam a gerar esse tipo de reação e contribuem para aumentar o valor agregado dos seus produtos e serviços.

3. Informações de contato

Se uma pessoa estiver interessada em fazer negócios com sua [empresa](#) ou se um cliente precisa de um suporte, é bom que ele saiba como entrar em contato com a marca pelo site.

Assim, é essencial dispor seus dados, como telefone para ligações e mensagens, e-mail de atendimento, redes sociais e formulários de contato. Posicione essas informações no rodapé do site, que é onde as pessoas normalmente fazem a busca.

Outra opção interessante é adicionar uma página específica para as informações de contato. Além disso, considere a utilização de formulários de contato. Eles são formas de incentivar o usuário a deixar a mensagem na hora, facilitando todo o processo de [comunicação](#).

A forma como você dispõe as informações de contato no seu site diz muito ao cliente sobre sua disponibilidade para resolver questões. Isso cria uma relação de confiança que pode gerar um cliente fidelizado. Existem algumas ferramentas que facilitam essa interação, confira!

Chat

O sistema de atendimento via chat vem ganhando muita força, já que os consumidores cada vez mais tendem a preferir esse tipo de contato do que longas esperas em chamadas telefônicas ou trocas de e-mail.

Ao utilizar o atendimento via chat a empresa também se beneficia pois, além de melhorar a relação com o cliente, tem a oportunidade de registrar o histórico de todos os atendimentos, possibilitando um feedback para melhorar o serviço.

Autoatendimento

Também visando facilitar a vida do cliente, o autoatendimento é uma forma de sanar dúvidas e ainda reduzir os custos da empresa. É capaz de reduzir o tempo de solução de problemas por meio de uma página FAQ, que traz as dúvidas mais corriqueiras — e suas respostas.

A única forma de saber as perguntas mais frequentes é registrar todas as interações com os clientes. Isso reforça a importância de uma base de dados nesse sentido.

4. Blog

O blog tem um peso enorme na exposição do seu site porque é a sua central de conteúdos e responsável pela atração e [geração de leads](#).

Para você ter uma ideia, segundo a pesquisa [Content Trends 2018](#), realizada pela Rock Content, empresas que utilizam esse recurso têm, em média, duas vezes mais visitantes do que aquelas que não têm um blog agregado ao site.

Se há mais tráfego, também há mais leads — e, conseqüentemente, mais clientes sendo gerados. É importante, porém, se atentar para técnicas de otimização e produção de conteúdo, para que seu blog se torne um diferencial. Vamos dar cinco dicas de estratégias de produção de conteúdo para blogs.

1. Considere a persona acima de tudo

O seu blog não terá utilidade se o material postado nele for aleatório, sem relação com a sua persona. É preciso ter a persona em conta em todo o processo de criação do blog, desde a escolha do design até a publicação do conteúdo.

As características de seu público-alvo também vão determinar, entre outras coisas, a linguagem utilizada nas publicações. Na maioria dos casos, blogs utilizam uma escrita mais leve, objetiva e persuasiva. No entanto, você tem a liberdade para adaptar isso ao perfil de sua persona.

2. Tenha em mente o tamanho e escaneabilidade do artigo

O tamanho do texto só é relevante se o conteúdo for de qualidade. Dito isso, o tamanho do seu artigo vai depender da profundidade da informação que você quer passar. Textos mais longos são geralmente utilizados para conteúdos mais complexos.

A escaneabilidade é muito importante pois facilita que o leitor encontre o que está procurando no texto. É comum que pessoas não se disponham a ler textos completos na internet, o que faz com que passem o olho rapidamente procurando o que os interessa.

Um texto escaneável deve ser escrito com parágrafos curtos e organizado em títulos e intertítulos. Além disso, é recomendado que o conteúdo seja alinhado à esquerda e que os parágrafos tenham formato semelhante a letra “F”.

3. Faça um planejamento de pautas

Todas as postagens devem ser feitas baseadas em temas que seu público está interessado. Daí vem a importância de conhecer bem sua persona e acompanhar de perto as tendências que lhe são interessantes.

Para facilitar o processo de conversão, as pautas devem fazer uma ligação com algum serviço ou produto oferecido por seu negócio, mesmo que indiretamente.

A dica é [planejar-se com antecedência](#), pois é preciso observar os obstáculos que a persona está encontrando nos diferentes estágios de compra. Por isso, determine se seus posts serão dias, semanais ou mensais e mantenha a sequência de postagens organizada.

4. Invista em conteúdo educativo

A utilização de material educativo é muito comum em postagens de blog pois costuma ser útil para o consumidor. Material educativo é aquele que tem como finalidade ensinar alguma coisa ou tirar alguma dúvida.

É importante ressaltar que o conteúdo, mesmo que educativo, deve ter alguma ligação com o seu produto. Por exemplo, se você tem uma agência de viagens, pode produzir um passo a passo para obter um visto ou um guia com dicas para viajantes.

Conteúdos educativos são excelentes para incentivar a assinatura de sua newsletter. Com isso, você cria um relacionamento mais frequente com o leitor e pode realizar a abordagem de venda no momento propício.

5. Utilize técnicas de SEO no blog

Falaremos mais profundamente sobre a otimização do site, mas primeiro vamos entender como isso funciona no blog. As técnicas de [SEO](#) facilitam com que a página seja encontrada no Google e demais ferramentas de pesquisa e podem ser o diferencial que seu site precisa para decolar.

Ao produzir conteúdo para o blog de seu site, tenha em mente as palavras-chave mais buscadas pela sua persona. Elas funcionam como a isca que leva o internauta do site de pesquisa até a sua página.

Além das palavras-chave, tenha certeza de utilizar uma URL amigável. Sites recém-criados podem conter URLs geradas automaticamente e sem nenhum significado. Busque customizá-la para que ela seja atrativa aos olhos do cliente.

5. Site otimizado

Existem fatores diversos que vão definir uma boa experiência de navegação, e muitos deles somados compõem algo de suma importância: a [criação de uma página otimizada](#).

Entre esses recursos podemos citar a aparência, já que muitas empresas pecam ao achar que ter um design bonito está acima de tudo. Mais do que uma boa aparência, é preciso ser funcional, que é aquele que permite aos seus usuários uma navegação facilitada, com foco na intuitividade.

O design também é um dos fatores que influenciam na velocidade do site — questão importantíssima para gerar uma experiência mais otimizada — e também no desenvolvimento de um site mobile friendly — ou seja, com layout amigável para ser acessado via dispositivos móveis.

Esses elementos influenciam de forma significativa no SEO (Search Engine Optimization), que tem como objetivo a melhoria no posicionamento no Google. [O trabalho de SEO](#) é uma atividade contínua, afinal o Google está realizando atualizações cada vez mais constantes.

Diante disso, é natural surgir a seguinte dúvida: se o SEO é uma estratégia de médio/longo prazo, como ter resultados com sites otimizados? Para responder isso, é preciso entender que todo o êxito começa com um primeiro passo, que nesse caso é justamente a otimização do site.

Esse é o ponto inicial para entrar na disputa por tráfego com mais condições, afinal você precisa estar ciente de que muitos dos seus concorrentes também utilizam o SEO e que alguns deles já estão na frente quando o assunto é a obtenção de resultados.

Independentemente disso, é fundamental para a sua empresa ter um site otimizado, por ser esse o meio mais fácil de obter resultados significativos. Em um rápido exemplo, talvez os seus concorrentes ocupem as três primeiras páginas do Google e, com a sua estratégia de SEO, só foi possível chegar até a quarta.

É melhor estar na quarta do que na décima, ainda mais sabendo que os resultados vão aparecer com a sequência e as devidas melhorias na estratégia.

Além dos resultados do Google, a otimização precisa ser feita especialmente com foco no seu usuário, pois é a partir dessa capacidade de oferecer uma experiência melhor que as suas conversões vão melhorar.

Para detalhar alguns aspectos técnicos importantes dentro de um site otimizado, criamos uma pequena lista. Confira abaixo quais são esses elementos.

Imagens

Por mais que pareça simples inserir e utilizar imagens, isso acaba ganhando ares mais complexos quando o assunto é otimização de site. No [SEO](#), é importante nomear as imagens com as palavras-chave, pois isso possibilita ao Google entender mais rapidamente do que se trata.

URL amigável

Uma URL amigável é aquela que, na medida do possível, descreve o conteúdo da página de forma clara. Portanto, ao criar um site novo, verifique o endereço gerado automaticamente. Na maioria dos casos ele virá cheio de letras e números aleatórios, o que é bem menos interessante do que uma breve descrição.

Meta descrição

A meta descrição é simplesmente o resumo da página. Quando você busca por algo no Google, você encontra o nome do site, sua URL e uma curta introdução ao conteúdo.

Essa última é a meta descrição e para [otimizar o SEO](#), ela deve ser incitante e persuasiva, trazendo o leitor para o site. Porém, não se esqueça, é mandatório que o conteúdo tenha no máximo 160 caracteres.

Palavras-chave

A otimização das palavras-chave precisa ser feita com cuidado, especialmente levando em conta a utilização dos principais termos e sua devida formatação em locais estratégicos como títulos, intertítulos, descrições, entre outros.

Para utilizar as palavras-chave corretas, faça pesquisas rotineiras dos termos que mais estão sendo buscados pela sua persona. Busque encaixar esses termos na sua [produção de conteúdo](#), sempre de forma natural e organizada.

6. Foco em resultados

Conforme visto, implementar o SEO no site ajuda a obter números melhores, mas para que ele seja realmente funcional, é preciso criar toda a sua estrutura com foco em resultados, independentemente do uso da estratégia X ou Y.

Ter um site funcional é o principal requisito para gerar uma boa experiência e se destacar na internet. Seja criando um novo ou reformulando o atual, é importante mantê-lo alinhado em relação às tendências atuais.

Quando um site não está gerando bons resultados, é sinal de que elementos dentro dele precisam ser melhorados, especialmente para eliminar possíveis objeções. Em qualquer página que queira obter ótimos resultados, é fundamental que os usuários consigam rapidamente entender do que se trata e navegar sem dificuldades pelas páginas e seções.

Confira abaixo alguns itens presentes em [sites com foco em resultados](#) — lembrando que nem todos são obrigatórios:

- [conteúdo de alta qualidade](#);
- design responsivo;
- opções de acessibilidade;
- CTAs bem posicionados;
- atualização constante;
- identidade visual;
- design com foco em conversão.

7. Design responsivo

No tópico anterior, mencionamos o [design responsivo](#) como um dos itens fundamentais dentro do que um site deve ter. Podemos conceituar esse estilo como uma técnica de estruturação do layout cujo objetivo é adaptar a página para os diversos tipos de tela, incluindo tablets e smartphones.

Com um design responsivo, a experiência de acesso e visualização deve ser similar em qualquer um desses dispositivos, seja ele menor ou maior. No entanto, engana-se quem pensa que design responsivo representa apenas uma mera adaptação.

Para tirar realmente proveito desse recurso, é fundamental entender que ele precisa atender a todas as especificidades do projeto e também às demandas do usuário. Somente assim será possível obter uma boa performance nos mais variados dispositivos móveis.

8. Design bem elaborado

Um design bem elaborado, especialmente no que diz respeito à criação de um [layout de qualidade](#), é essencial para um site. Podemos notar isso melhor quando entramos em páginas bem organizadas e que permitem uma navegação fácil.

Infelizmente, também são muitos os sites que têm um design de baixa qualidade e elementos prejudiciais à navegação, como fontes mal escolhidas, dificuldade de visualização, falta de atualização, recursos que não funcionam, entre outros.

A partir desses dois exemplos, fica fácil perceber que o design não é um mero conceito ou um artigo de luxo, mas um elemento primordial a ser levado em conta na hora de definir o que um site deve ter.

Essa missão fica ainda mais fácil quando se define com clareza qual é o objetivo principal do site, o que pode ser ilustrado com o uso de frases e imagens. Para assuntos mais específicos, é recomendado também utilizar botões para encaminhar o usuário para seções como missão, visão e valores da empresa.

Dentro de um [excelente design](#), o equilíbrio é um elemento de imenso valor. Enquanto um site exagerado pode confundir o usuário, um domínio com poucos recursos pode ser considerado chato e sem graça.

Isso vale para todos os itens do site. As imagens, por exemplo, não devem ser muito grandes nem tão pequenas, afinal as grandes chamam mais a atenção do que as outras e as pequenas ficam difíceis de ser identificadas.

Veja alguns itens importantes que também devem estar presentes em um design de qualidade:

- título curto e eficiente, demonstrando rapidamente qual é o objetivo do site;
- subtítulo um pouco maior do que o título, visando detalhar melhor os benefícios;
- uma imagem que tenha conexão com o que foi falado no título e no subtítulo;
- ícones intuitivos, que ajudam a ilustrar as funcionalidades do site;
- depoimentos de clientes de forma visível, pois a chamada “prova social” tem muita força no processo de decisão.

Vale lembrar que esses itens são importantes dentro escopo do projeto, mas o que deve permear a sua escolha é a proposta do seu site. Focar em um design altamente personalizado é o melhor caminho para gerar uma experiência única.

9. Atualização fácil

Um dos elementos mais importantes que um site deve ter é a capacidade de ser atualizado facilmente. Sabendo que a busca por conteúdos melhores é cada vez mais constante, atentar-se a esse ponto é uma forma de garantir que essa atualização aconteça no tempo certo e de forma facilitada.

Hoje, existem [diversas plataformas](#) que permitem que a própria empresa ou o profissional da agência parceira faça a devida atualização. Ou seja, elas trabalham com um painel de controle que é fácil de manusear e favorece o gerenciamento de conteúdo. Com isso, ganha-se mais autonomia e o processo de atualização deixa de ser um problema.

10. Domínio próprio

Contar com um domínio próprio para o seu site é recomendado para quem busca ter uma presença digital sólida, além de gerar mais segurança para o seu negócio na internet. Devido ao baixo valor

desse investimento e os benefícios gerados, é inadmissível uma empresa que almeja grandes resultados não contar com um domínio próprio.

Outra grande vantagem é que ter um domínio próprio transmite uma postura mais profissional, fator que influencia positivamente na geração de novos negócios.

Confira, em detalhes, outras vantagens de contar com um domínio próprio:

Facilidade de divulgação

A possibilidade de registrar um domínio próprio dá a oportunidade de escolher um nome que possa ser rapidamente identificado pelos clientes e também divulgado com facilidade.

Além disso, é possível escolher o tipo de extensão entre “.com” “.net”, “.com.br”, “.mus”, entre muitas outras. Cabe a cada empresa fazer o devido estudo para encontrar o nome e a extensão mais apropriados para o seu caso.

Mais alcance

Sabendo que um nome próprio facilita a divulgação, concluímos que essa medida proporciona mais alcance das ações. O principal motivo para isso é a confiabilidade. Quando uma empresa gera autoridade, o seu nome aparece em diversos cantos, e se ele estiver presente no domínio escolhido, fica ainda mais fácil obter tráfego qualificado e aumentar as conversões.

E-mail próprio

Com o registro do domínio surge também a possibilidade de ter um e-mail próprio. Imagine uma empresa ter um excelente site, uma ótima estrutura de atendimento — seja física ou online — mas não tem um e-mail personalizado.

Provavelmente a pessoa que recebe uma mensagem desse e-mail vai ter a impressão de que essa empresa não é tão profissional quanto parece — fator que pode fazer com que ela perca pontos com os clientes. Por isso, contar com e-mail próprio não é uma mera formalidade, mas uma demonstração de cuidado com a imagem da empresa.

Proteção da sua marca

Utilizar um domínio próprio também ajuda a resguardar a sua marca e a reputação dela na rede. Dessa forma, pode-se dizer que o domínio funciona como uma espécie de garantia de que ninguém mais vai utilizar o nome da sua empresa na internet.

11. Ajuda especializada

Contar com ajuda especializada é importante para gerenciar o projeto e garantir a inclusão de todos os elementos essenciais que um site deve ter.

Você pode criar a sua página sozinho, mas o processo será mais trabalhoso, mais custoso e levará mais tempo para que os resultados surjam. Nessa hora, vale recorrer a uma [agência de marketing digital especializada na criação de sites](#).

Os profissionais da agência não só conhecem todos os elementos mencionados como sabem tirar melhor proveito deles. Logo, é perceptível que contar com o auxílio de especialistas pode fazer toda a diferença na sua estratégia.

Agora que você já sabe tudo o que um site deve ter, é hora de colocar a mão na massa e incluir esses elementos na [criação ou na reformulação do seu endereço na web](#). É importante ter um objetivo bem definido, que servirá como base para as suas ações de gerenciamento.

Lembre-se que seu site deve ser organizado de forma a melhorar a experiência do usuário. Isso significa que ele deve ser atrativo e confortável para os olhos, além de contar com um carregamento rápido e conteúdo de qualidade.

E aí, acha que o conteúdo pode ajudar na criação e gerenciamento de um site de sucesso? Compartilhe este artigo em suas redes sociais e faça com ele que chegue a outras pessoas!

<https://flammo.com.br/blog/o-que-um-site-deve-ter/>

10 Dicas para Criar um Site Eficiente

Esqueça o conceito antigo de que site é apenas um folder digital para divulgação de produtos e serviços da empresa. No marketing digital, um site eficiente e de sucesso precisa criar um canal de comunicação com os clientes, manter relacionamento com o público e estar sempre atualizado com novas informações.

O conteúdo de um [Site](#) moderno deve variar de acordo com o segmento da empresa. Pode conter notícias e artigos relacionados ao setor, divulgação de calendário de cursos e eventos, além de manter um Blog dando dicas aos clientes, orientando-os nos mais diversos temas dentro da área de atuação da empresa.

Caso você esteja procurando dicas para criar um site eficiente, separamos 10 dicas para ajudá-lo nessa caminhada. Vamos lá? Boa leitura!

1. Objetividade

A tendência na Web é a busca pela simplicidade. Sites são cada vez mais intuitivos e fáceis de usar, com conteúdo relevante, sem distração e nada de excesso de textos ou imagens. Por isso, seja sempre objetivo em sua comunicação, mantendo clareza e agilidade para seus usuários.

2. Relevância

Chame a atenção para o que realmente importa, mantendo boa diagramação e uma navegabilidade que promova uma boa interface com o usuário. Isso ajuda a manter o foco nas informações que realmente importam para o seu público, sem que eles dispersem ao longo da navegação.

3. Esteja 100% pronto e preparado

Tenha cuidado para não direcionar o visitante a páginas que ainda estão em construção. Isso pode frustrar o usuário e passar uma ideia de amadorismo para sua empresa.

Se o seu site ainda não está pronto. Aproveite este espaço para informar, resumidamente, o que você oferece ao mercado. Quem acessar não perderá viagem e conhecerá melhor.

4. Esteja sempre atualizado

Manter o site sempre atualizado talvez seja a peça chave deste artigo. O site deve conter novas informações, mudanças no layout quando for necessário e conteúdo sempre relevante. Isso ajuda a manter seu SEO sempre relevante para o Google. [Neste artigo](#) você tem mais informações sobre as estratégias de ranqueamento para o Google.

5. Crie uma Comunidade

Facilite o contato de forma rápida da empresa com o público, oferecendo formulários de contato em suas newsletters, banners e infográficos, por exemplo. Outra recomendação é deixar visível um espaço para o visitante deixar seu e-mail e receber as novidades da empresa.

6. Acesso Rápido

Hoje, o tempo é o bem mais valioso para os seres humanos, principalmente no mundo digital. Os usuários buscam o mínimo de cliques e esforço para encontrarem o que desejam em um site. Por isso, é recomendado inserir uma caixa de pesquisa em um local de fácil acesso para o usuário fazer uma busca direta dentro de sua página.

7. Redes Sociais

Como você viu lá em cima na introdução, um site de sucesso precisa comunicar-se com os clientes e manter relação positiva. Então, uma maneira de você se aproximar ainda mais é inserindo botões de suas redes sociais. Desse modo você permite que o público interaja com sua marca ou empresa por meio de comentários, compartilhamento de informações e conteúdos e curtidas em outras páginas.

8. Otimize o Site

Pesquisas mostram que se o Site não carregar em até 3 segundos ou não apresentar o conteúdo que o visitante procura entre os 15 e 30 segundos de navegação, o usuário irá cancelar a busca e ir para outro Site.

Aplique técnicas de **SEO** para que o Site da sua empresa seja compreendido e visualizado pelos motores de busca, como Google ou Bing.

9. Fale com Imagens

Cores vivas, boas imagens e fotos incríveis é a melhor maneira de você se comunicar; não é atoa que o **instagram** faz tanto sucesso até hoje. Use imagens sempre que possível, tanto para ilustrar os textos quanto para exemplificar seus serviços.

Imagens são mais atraentes do que textos longos. Pesquisas mostram que 72% dos conteúdos mais veiculados em Redes Sociais são de imagens. Por isso faça bom uso desse recurso em seu Site.

10. Pop-ups, use com parcimônia

Colocar ou não colocar Pop-ups no site? Avalie vantagens e desvantagens. É senso comum que a empresa que utiliza pop-up em seu Site pode passar a impressão de que está mais interessada em vender do que atender e ajudar o cliente. Janelas pop-up são uma das principais razões de abandono de Sites (principalmente quando o botão “fechar” está inacessível).

<https://www.onflag.com.br/dicas/10-dicas-para-criar-um-site-eficiente>

Boas práticas no desenvolvimento de websites

Existe mais ou menos um consenso entre os profissionais sobre o que observar ao desenvolver um bom website. Este artigo procura reunir estes pontos, com base em uma livre interpretação de alguns protocolos e padrões da W3C.

Nosso [foco](#) está nos sites de objetivos comerciais, cada vez mais o destino de compradores e especificadores nas compras de produtos entre empresas.

Sabemos que o processo de compra pode começar de diversas formas (através de revistas técnicas, sites de buscas, portais verticais ou indicação de colegas), mas sempre o comprador acessa o website do fornecedor antes de decidir a compra. É nesta hora que a qualidade do website e das informações que oferece se tornam um fator primordial em apoio à decisão de compra.

Um bom website deve oferecer uma navegação fácil, intuitiva e rápida em função da informação que o comprador procura.

Definir objetivos claros

Antes de qualquer ação, é preciso saber o que se espera do site que será desenvolvido. Sites sem objetivos claros são confusos, dispersos e dificultam o usuário a atingir suas necessidades. Para desenvolver um novo website ou reformular um já existente é necessário responder as seguintes perguntas:

- qual a finalidade do website?;
- qual o público-alvo?;
- para quê o público-alvo vai utilizar o website?;
- quais os principais concorrentes da empresa?;
- quais as palavras-chaves que são ou devem ser utilizadas para que compradores encontrem o website em mecanismos de buscas?

Com base nas respostas a essas perguntas é possível criar um roteiro para servir de guia durante a fase de desenvolvimento, assegurando que o mercado comprador seja atendido.

Orientar e conduzir o usuário

Durante a navegação o usuário pode se perder nas páginas. Para minimizar essa dispersão, o website deve sempre informar o usuário em que página ele se encontra, como chegou até ali e quais são suas opções de saída.

Isso pode ser feito através de algumas recomendações:

- a página principal deve informar ao usuário onde ele está e o que o website oferece;

- em todas as páginas oferecer um link de retorno para a página principal;
- durante a navegação, as páginas devem informar ao usuário onde ele está, de que página veio e para onde ele pode seguir;
- é imprescindível existir um mapa do site para que o usuário possa se localizar em qualquer momento da navegação;

Com relação aos links:

- devem ser auto-explicativos;
- evitar o uso de expressões como “clique aqui?”;
- marcar como link o texto (nome da empresa, título da página, assunto etc.) e não o endereço URL;
- apontar exatamente para o conteúdo descrito no link;
- em caso de conteúdo fechado, para usuários registrados, indicar graficamente ao lado do link (ex.: ícone de cadeado ou chave);
- se possuir lista de links úteis, inserir comentários sobre cada link disponível;

Usar o atributo ALT da HTML (HyperText Markup Language), com o significado das imagens para que o texto apareça enquanto estiver sendo feito o download da figura ou quando o usuário optar por suprimir figuras na configuração do seu navegador web.

Em mapas de imagem, colocar ALT em todas as posições clicáveis.

Legibilidade, estética e quantidade de informação

Quanto menos o usuário for distraído por informação desnecessária, maior a probabilidade de encontrar o que realmente procura.

- ocupar de 50 a 80% da página com conteúdo (preferencialmente, 80%);
- ocupar no máximo 20% da página com informações sobre a navegação;
- evitar frames;
- não usar propaganda. Se for necessário, exibir a propaganda no espaço anteriormente destinado à navegação, e não do espaço destinado ao conteúdo;
- evitar menus pull-down (aqueles que abrem as opções quando o mouse é passado sobre o item);
- evitar imagens ou textos animados;
- não usar desenhos ou texturas no fundo de página. Quanto mais limpa e clara melhor;
- utilizar um conjunto limitado de cores;
- para realçar textos, usar cores ao invés de sublinhado ou elementos piscando;
- contrastar letras com o fundo (melhor utilizar fundo claro, com texto escuro);
- usar no máximo dois tipos de fontes e com tamanhos legíveis, mas não exagerados;
- eliminar qualquer elemento que não seja relevante ao usuário e que possa causar confusão;
- é recomendável evitar conteúdos protegidos por senhas;

O usuário deve sempre controlar suas ações

As ações no website devem ser reversíveis; o usuário deve ser capaz de desfazer pelo menos a última ação realizada. Essa capacidade o encoraja a explorar o website, ao saber de antemão que erros cometidos podem ser corrigidos.

- sempre possibilitar o retorno à página anterior;
- permitir que processos ou transações sejam canceladas mesmo antes de terminadas;
- só desviar para outra página quando o usuário tomar alguma ação como, por exemplo, digitar Enter;
- evitar janelas adicionais;
- utilizar estrutura que indique a navegação que foi feita pelo usuário até a página em que se encontra, em formas de links. Essa estrutura é conhecida como breadcrumbs ou “migalhas de pão” e pode ser utilizada para navegação pelo website. Exemplo: Home -> Página de Produto -> Produto 1 -> Dados do Produto;
- oferecer serviço de busca em todas as páginas do website, com pesquisa restrita apenas ao conteúdo do website;
- não utilizar plug-ins auto-instaláveis;
- em formulários de entradas de dados, posicionar o cursor sempre no próximo campo a ser preenchido;
- possibilitar entrada de dados por mouse ou teclado e saída de dados em impressora selecionada pelo usuário.

Capacidade do website em se adaptar ao contexto e necessidades do usuário

Em função da enorme diferença entre usuários e suas formas de interação com o website, é necessário que a interface seja flexível o bastante para realizar a mesma tarefa de diversas maneiras.

- minimizar a quantidade de cliques para chegar à informação desejada. O recomendável são quatro cliques no máximo;
- não utilizar páginas sem conteúdo útil (como, por exemplo, páginas apenas com mensagens de boas vindas);
- desenvolver páginas que se adaptem à resolução do monitor do usuário;
- para ações de download, se forem demorar mais do que 10 segundos, informar o tamanho do arquivo;
- evitar a utilização de elementos gráficos nos arquivos de download;
- em páginas com textos explicativos, sempre começar pelo mais importante, garantindo que as informações e elementos relevantes estejam disponíveis sem a necessidade de rolar a tela;
- se o texto a ser apresentado for muito extenso, oferecer a possibilidade de download;
- oferecer serviço de pesquisa no website com verificação ortográfica ou resultado fonético;
- no resultado das buscas, sempre apresentar os resultados mais relevantes em primeiro lugar, sem necessidade de apresentar telas intermediárias com indicação de porcentagens de relevância;
- ainda no resultado da busca, destacar as palavras encontradas iguais a palavra digitada para pesquisa;
- se não forem encontrados resultados para a busca pesquisada, oferecer lista com sugestões de termos mais próximos;
- a caixa de busca deve aceitar pelo menos 3 palavras digitadas.

Evitar ao máximo a ocorrência de erros

Quanto menor a probabilidade de erros, menos interrupções ocorrem e melhor é o desempenho do usuário.

- não usar páginas com expressão “em construção”. O website deve apresentar apenas o que já está finalizado e pronto para acesso;
- não liberar website parcialmente pronto;
- remover dados/páginas desatualizados (como por exemplo, páginas convidando os usuários para participarem de eventos que já ocorreram);
- oferecer páginas de ajuda;
- não usar URLs muito extensas ou sem significado;
- evitar hífen ou outros caracteres especiais no endereço das páginas, bem como “O” e “0”;
- escolher bem os títulos das páginas, com duas a seis palavras, de forma que caracterizem bem seu conteúdo;
- não repetir o mesmo título em duas páginas diferentes;
- fornecer mensagens de erro com sugestões ou instruções simples para a correção do erro;
- não utilizar image maps que exijam muita precisão ao clicar;
- evitar páginas órfãs, sem qualquer indicação de opções de navegação.

Padrão e usabilidade na escolha da interface (layout)

Um bom website deve ser facilmente reconhecido, identificado e utilizado pelos usuários.

- usar sempre a mesma localização de elementos comuns em todas as páginas;
- títulos ou cabeçalhos das páginas devem corresponder exatamente aos termos utilizados nos links que apontam para essas páginas;
- usar um estilo padrão para layout, cores, fontes, etc.;
- não sair do padrão web de cores para links, ou seja, azul para link não clicado e púrpura para link já clicado;
- destacar palavras importantes, com o cuidado de não sublinhar em azul palavras que não sejam links. Não se deve sublinhar nada que não possa ser clicado.

Compatibilidade entre o website e o contexto de aplicação

O web site deve “falar” a língua do usuário, através de conceitos familiares. Não deve utilizar termos técnicos relacionados à tecnologia web.

- a estrutura do web site deve estar de acordo com o contexto das tarefas realizadas pelos usuários;
- verificar erros de grafia, tomando como base o glossário de termos técnicos de uso corrente na instituição;
- o enfoque do website corporativo deve ser o conteúdo e não a propaganda;
- não usar elementos metafóricos a menos que sejam de uso corrente para o segmento ao qual o website se destina;
- dar preferência aos termos padronizados e conhecidos pelos usuários;
- usar formato de data e unidades de medida de acordo com o padrão utilizado na instituição.

Conclusão

Cada website possui características próprias e as particularidades devem ser respeitadas. Nem todos esses passos citados acima podem ser aplicados, mas ao aplicar a grande maioria deles podemos gerar padrões de construção e desenvolvimento que vão garantir boa aceitação e utilização.

Não podemos esquecer nunca que todo e qualquer website tem como principal objetivo atender os usuários. Sem usuários, o site fica sem função e sem razão de existir.

Esse objetivo fica ainda mais relevante quando pensamos em websites B2B, voltados para a geração de negócios, oportunidades e vendas entre empresas. Quando um website business-to-business não atende ao usuário, ele simplesmente é deixado de lado e não mais acessado.

Por isso o objetivo destas dicas é ajudar no desenvolvimento de sites que realmente atendam seus objetivos, ou seja, sejam capazes de gerar negócios. **[Webinsider]**

<https://webinsider.com.br/boas-praticas-no-desenvolvimento-de-websites/>