



# MINHA EMPRESA

na internet



**Diego Schiavenin**  
consultor de marketing digital

1ª EDIÇÃO

# Minha Empresa na Internet

Autor: Diego Schiavenin | Versão 1.0 - 2014

E-mail: [diego@diego.eti.br](mailto:diego@diego.eti.br) | Site: <http://www.diego.eti.br>

1

**Diego Schiavenin**

**Minha Empresa na Internet**  
[www.diego.eti.br](http://www.diego.eti.br)

**Versão 1.0**

[Clique aqui para ver se já existe uma versão mais atualizada deste e-book.](#)

## Índice / Conteúdo

<b>Dedicatória</b> .....	4
<b>Agradecimentos</b> .....	5
<b>Sobre o autor</b> .....	6
<b>Introdução</b> .....	7
<b>Como funcionam os buscadores</b> .....	10
Você pode fazer vários tipos de pesquisas no Google.....	11
Entenda como o Google escolhe a ordem dos sites nos resultados.....	16
<b>Minha empresa na internet</b> .....	19
<b>O Segredo do Negócio</b> .....	21
<b>Como fazer meu website?</b> .....	23
1) <b>Contratando uma empresa de criação de website ou uma agência;</b> .....	24
2) <b>Criando um blog/site para a minha empresa;</b> .....	25
Como instalar/criar um blog em Wordpress .....	26
3) <b>Criar meu website em uma empresa de sites grátis.</b> .....	27
<b>Hospedagem do site e e-mails</b> .....	28
<b>Registrando o domínio do site da empresa</b> .....	30
Registro do domínio .....	31
<b>Minha empresa na internet</b> .....	33
Google Trends .....	34
Planejador de Palavras Chave .....	38
1) <b>Visita do Cliente</b> (acesso ao website) .....	39
Planejador de Palavras Chave (Como descobrir o que estão procurando no Google) .....	43
Google Analytics - Análise e relatórios das visitas do site: .....	47
Google AdWords .....	52
Redes Sociais .....	57
Como e onde gerar tráfego? .....	57
Usando uma Fanpage para minha empresa .....	61
Youtube – Super Dica! Poucos sabem, não espalhe. ....	64
2) <b>Atendimento</b> (usuários navegando no site) .....	65
Check-list básico para você seguir: .....	67
Agora vou explicar mais uma técnica.....	68

3)	<b>Dados / Cadastro</b> (pegando os dados do cliente/leads) .....	72
	Técnica de um vendedor .....	75
	Técnica da educação .....	77
4)	<b>Produto / Serviço</b> (mostrando seus produtos e serviços) .....	79
	Mostrando o produto ou serviço .....	82
5)	<b>Pedido / Solicitação de Orçamento</b> (venda ou contato) .....	85
	O que fazer para vender? .....	87
6)	<b>Confirmação</b> (envia a confirmação do pedido ou responde o contato) .....	92
7)	<b>Fechamento</b> (pagamento e formas de pagamento) .....	94
	Como cobrar pelas vendas ou serviços no site. ....	96
8)	<b>Entrega / Produção</b> (entrega do produto ou serviço) .....	97
	Dicas básicas: .....	99
9)	<b>Pós-venda</b> (contato com o cliente após a entrega ou depois de feito o serviço) .....	101
10)	<b>Fidelização / Lembrança</b> (fazer o cliente gostar da empresa e lembrar-se dela) .....	103
	Campanhas de E-mail .....	106
	Criando títulos interessantes para seu conteúdo/e-mail .....	107
11)	<b>Retorno do Cliente</b> (continuar visitando para compras futuras) .....	108
	<b>Referências</b> .....	109

## Dedicatória

Dedico esta obra a minha esposa Michelle Beber que me aguentou e entendeu que eu gostaria de escrever um e-book sobre os assuntos que mais gosto.

Em especial a minha filha Isabelle, pois assim, posso deixar algo que tenha valor intelectual para ela, para que no futuro ela goste de livros e de leitura.

Também dedico este e-book aos meus pais, Maria do Carmo Rosa e Euclides Schiavenin, minhas irmãs Cristiane e Michele.

## Agradecimentos

Agradeço a minha família, a meus amigos que às vezes compartilham algumas ideias, e a meus clientes que permitiram usar suas empresas como exemplos neste e-book.

Em especial para:

[Luiz Castro Junior](#) que me deu algumas ideias sobre o conteúdo, a [Sarah Holanda](#) pelas trocas de ideias pelo skype, também ao [Lucas Bragagnolo](#), meu sócio, que também ajudou com algumas ideias e correções no material, gostaria também de agradecer ao [Lucas Soboleswki Flores](#) que ajudou na correção e editoração do e-book, (pelo visto deu bastante trabalho para ele), também a [Cristiane Schiavenin](#) pelo desenho da Capa do e-book e da Landing-page do site, e por último o [Nicolas Amarante](#) que desenvolveu o site do e-book.

## Sobre o autor

Diego Schiavenin

Sou um empresário formado pela FTEC - Faculdades em Desenvolvimento de Sistemas de Informações (DSI), e pós-graduando em Marketing pela Unopar. Trabalho na área de internet profissionalmente há mais de dez anos fazendo sites, portais, sites voltados para conteúdo online e sites regionais, também venho trabalhando com posicionamento em buscadores e campanhas online desde o princípio que uso web.

Meu site pessoal é [www.diego.eti.br](http://www.diego.eti.br), nele você achará mais informações sobre mim, e algumas dicas que às vezes posso escrever por lá.

## Introdução

Neste e-book vou mostrar e explicar como você pode montar ou incluir a sua empresa na internet, já pensando nos passos conhecidos, e que são bastante vistos e focados para os melhores negócios físicos.

Você pode seguir as áreas do início ao fim, ou escolher por alguma em específico, que acredite se enquadrar com a realidade de sua empresa. Exemplo: como você faz para chamar mais clientes para sua empresa? A área: “1 - Visita de Clientes” vai mostrar a você como chamar mais visitantes para seu site de uma forma correta e bem organizada.

Também vou explicar algumas coisas técnicas como: registro de domínios, hospedagem de sites e de e-mails, como você pode montar um blog, bem rápido, para já iniciar seu negócio online. Será explicado também porque é melhor ter um site e um blog juntos, e vou dar dicas de como as coisas realmente funcionam.

Tudo neste e-book pode ser feito por uma pessoa que seja leiga no assunto, desde que ela tenha no mínimo conhecimento básico de informática, e saiba navegar na internet.

Este e-book é pensado como um manual para quem não entende de internet ou tem os conhecimentos básicos na área.

Também indico o e-book para quem quer entender sobre os assuntos que são falados na internet e sobre alguns conceitos e técnicas que eu utilizo e dão certo, ou caso você queira melhorar algumas partes de seu negócio/empresa online.

Espero ajudar com as minhas ideias, com as dicas e exemplos expostos aqui, pois esta obra é um sonho que eu gostaria de realizar já faz muito tempo.

Ao ler este e-book você vai ter que entender que existem vários mercados, sendo alguns bastante acessíveis pela internet e outros nem tanto. Antes de qualquer coisa vou deixar claro que não depende só de você ler o e-book e fazer tudo o que está aqui. No entanto, se o seu mercado já está muito saturado na internet, e você venha usar as táticas de forma errada, ou seu negócio não fica tão bom para ser feito pela internet, pode ser que você não venha a ter os resultados como esperado.

Não é aconselhável aplicar os conteúdos aqui explanados conforme o andar da leitura. Para um bom retorno, deve-se ler todo o e-book e somente depois disso aplicar as técnicas aqui explicadas, assim você vai conseguir sentir se o seu mercado é bom, e terá uma ideia do retorno que terá com o trabalho desenvolvido.

Vale lembrar, que as vezes é necessário persistência para ter bons resultados na internet. Às vezes você tem que pesquisar mais, pedir opiniões, fazer alguns testes antes de começar. O que eu posso dizer é que pela internet o caminho do sucesso ficou bem menor e mais fácil.

Hoje no Brasil já temos mais de 200 milhões de brasileiros, destes 80 milhões usam a internet. Se você conseguir vender para 0,01% deles por mês acredito que você já vai ter um bom retorno com seu site, pois vai vender seu produto ou serviço para 8 mil pessoas. Existem cidades no país que não chegam a ter este número de habitantes. Mas, se você achou um número muito grande, vamos fazer o cálculo com 0,001%. Teremos 800 pessoas por mês, um número bem menor, mas dependendo do tipo do negócio, pode ser uma quantidade muito grande de pessoas.

Tudo, no entanto, depende do produto/serviço, do modelo de negócios e do preço X para se chegar neste número, mas saiba que ele é possível se for seguido de um trabalho muito bem feito.

Se você trabalha com info-produtos, cursos online ou serviços onde o valor é agregado consegue ter um grande retorno sobre seu investimento. Veja o exemplo a seguir:

Vamos imaginar que você entende muito de um assunto e desenvolva um curso, ou um e-book, cujas vendas serão feitas pela internet. O seu custo de produção será muito baixo. Deixando o valor do retorno sobre cada venda bem alto, digamos que você venha a vender um curso online por R\$ 199,00 e para cada venda tenha um gasto de R\$ 70,00 entre publicidade, custos das transações, afiliados, etc. Para cada venda você consegue ter um retorno de R\$ 129,00. Agora calcule sobre a quantidade de pessoas que você pode atingir na internet, se você vender para 0,0001%, que são 80 pessoas por mês, terá um lucro acima de 10 mil reais. Muito bom isso, não é mesmo? Claro, tudo depende de como será a venda, da qualidade do seu produto, do engajamento com seus clientes, entre outros fatores.

Existem pessoas na internet que ganham milhões de reais com a venda de cursos online. Você também pode lucrar se encontrar um bom mercado. O importante é saber que existe um público para atingir e vender.

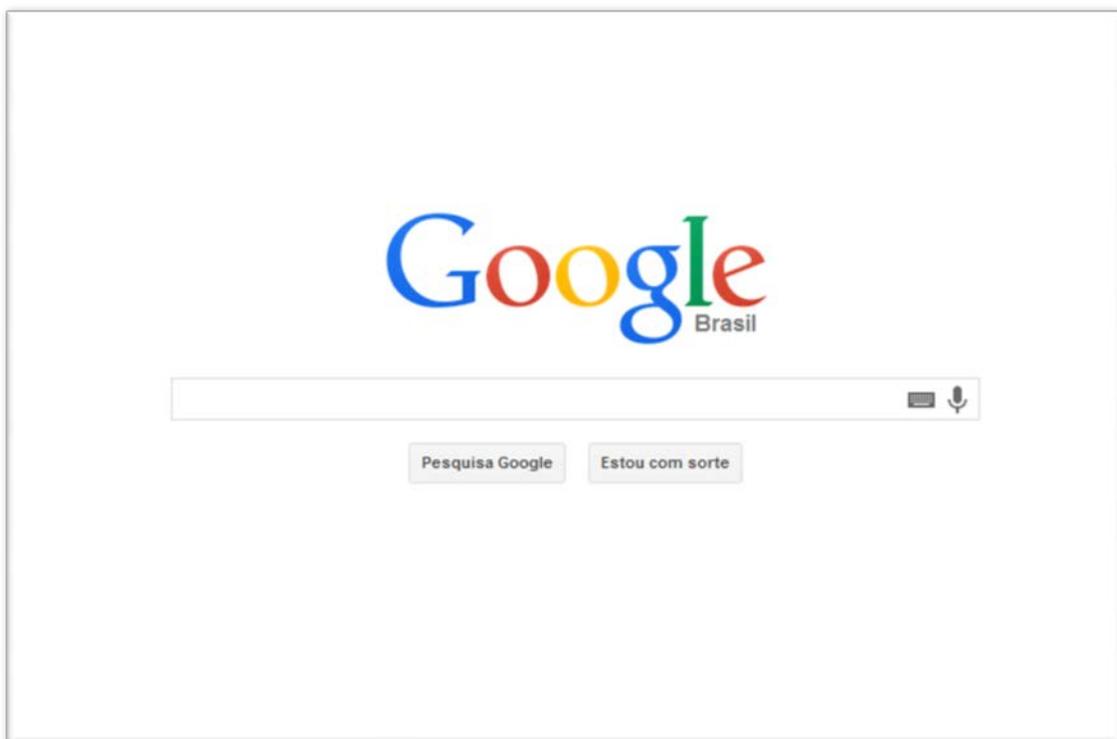
E tem mais um detalhe importante: pesquisas apontam que nos próximos anos o número de pessoas com acesso à internet irá crescer ainda mais, logo seu público-alvo também irá crescer.

## Como funcionam os buscadores

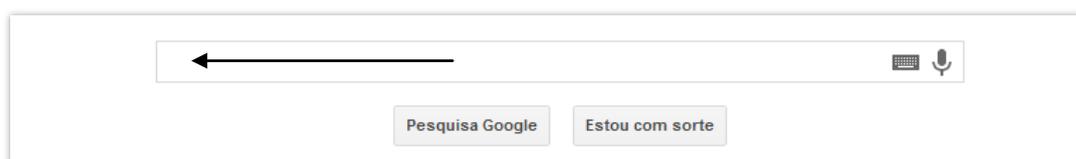
Abaixo vou mostrar como funciona um buscador de páginas na internet. Usarei como exemplo o mais conhecido e usado no Brasil, o Google.

Acesse no seu browser o site: [www.google.com.br](http://www.google.com.br)

Ele vai mostrar um site bem simples, como mostra a ilustração abaixo:



Para fazer um busca clique no campo de texto:



Digite a informações que você está procurando.

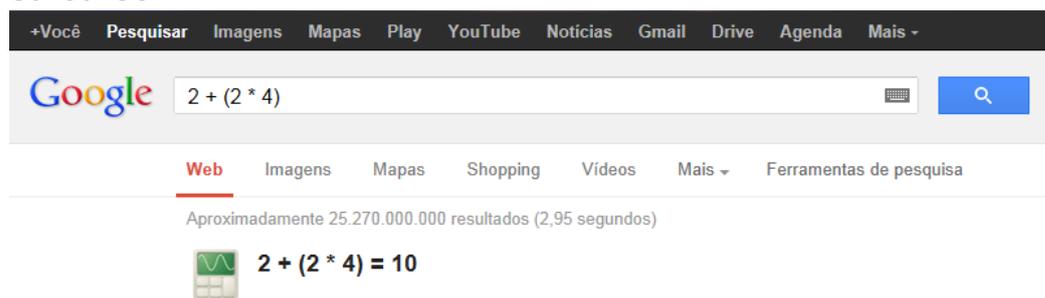
## Você pode fazer vários tipos de pesquisas no Google.

Pode-se procurar por produtos, empresas, locais, temperatura, dicas, imagens, pessoas, etc.

A internet é tão grande e tem tanta informação que a ferramenta de busca do Google veio nos ajudar a fazer o processo de achar as informações de uma maneira mais fácil.

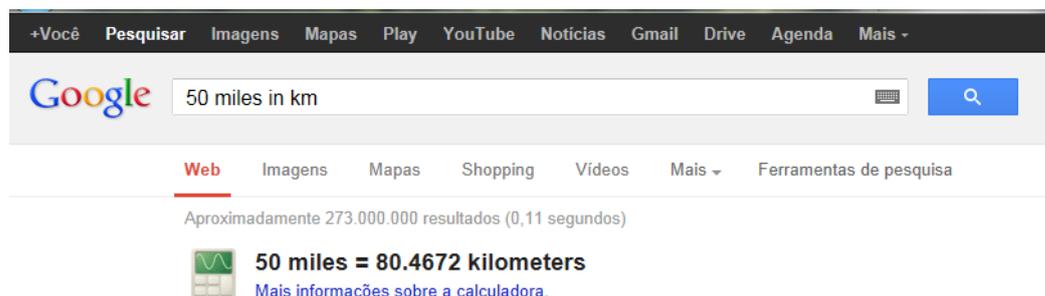
Veja abaixo alguns exemplos do que é possível fazer:

### Cálculos:



A screenshot of the Google search interface. The search bar contains the text "2 + (2 \* 4)". Below the search bar, the results show "Web" selected, with "Imagens", "Mapas", "Shopping", "Vídeos", "Mais", and "Ferramentas de pesquisa" as options. The results indicate "Aproximadamente 25.270.000.000 resultados (2,95 segundos)". The main result is a calculator icon followed by the equation  $2 + (2 * 4) = 10$ .

### Conversões:



A screenshot of the Google search interface. The search bar contains the text "50 miles in km". Below the search bar, the results show "Web" selected, with "Imagens", "Mapas", "Shopping", "Vídeos", "Mais", and "Ferramentas de pesquisa" as options. The results indicate "Aproximadamente 273.000.000 resultados (0,11 segundos)". The main result is a calculator icon followed by the conversion "50 miles = 80.4672 kilometers" and a link "Mais informações sobre a calculadora."

## Temperatura:



## Nome da Empresa: Jopemar

Google jopemar

Web Imagens Mapas Shopping Vídeos Mais Ferramentas de pesquisa

Aproximadamente 10.400 resultados (0,14 segundos)

**JOPEMAR - Flores da Cunha - RS - Especializada na fabricação de ...**  
[www.jopemar.com.br/](http://www.jopemar.com.br/)  
JOPEMAR - Especializada na fabricação de: Tanque de aço inox, Fermentadores de aço inox, Silo de aço inox e Reservatório de aço inox.  
Página do Google+ · Seja o primeiro a avaliar

● VI Travessão Martins - Interior Flores da Cunha - RS, 95270-000 (54) 3297-5152  
De guincho - Fermentadores para vinho - Fotos

**Jopemar Pneus e Peças - Automóveis e Veículos - Av Roberto ...**  
[www.apontador.com.br/local/rj/marica/.../jopemar\\_pneus\\_e\\_pecas.html](http://www.apontador.com.br/local/rj/marica/.../jopemar_pneus_e_pecas.html)  
★★★★★ Avaliação: 5 - 1 resenha  
Encontre o endereço ou o telefone de contato Jopemar Pneus e Peças Rio Fundo em Maricá.

**Jopemar, Imobiliária**  
[www.jopemar.pv/](http://www.jopemar.pv/)  
A Jopemar é uma empresa de construção de imóveis para venda. Trata-se de uma Sociedade com larga experiência no mercado, que prima, acima de tudo, ...

**JOPEMAR PNEUS E PEÇAS LTDA - Centro - Maricá, RJ**  
[www.guiamais.com.br/.../jopemar+pneus+e+pecas+lt-da-pneus-marica-rj-...](http://www.guiamais.com.br/.../jopemar+pneus+e+pecas+lt-da-pneus-marica-rj-...)  
Veja o telefone e saiba como chegar em JOPEMAR PNEUS E PEÇAS LTDA especializado em Pneus localizado no endereço Av Roberto Silveira 114 - Centro ...

**Jopemar Metalúrgica**

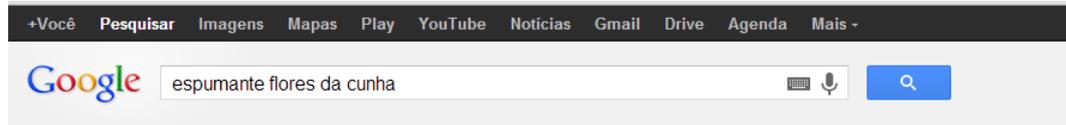
Como chegar Seja o primeiro a avaliar

Endereço: VI Travessão Martins - Interior, Flores da Cunha - RS, 95270-000  
Telefone: (54) 3297-5152

Comentários  
Seja o primeiro a avaliar

## Palavra-chave segmentada:

Espumante flores da cunha | vinhos finos flores da cunha



Aproximadamente 33.700 resultados (0,18 segundos)

### [Panizzon - Vinhos, Sucos e Espumantes](#)

[www.panizzon.com.br/](http://www.panizzon.com.br/)

Um roteiro recomendado para quem estiver visitando Flores da Cunha. 23/07/2013 - Espumante Moscatel Panizzon esta entre Top 10 do Mundo. 19/07/2013 ...

### [Moscatel Espumante - Vinicola Giacomini Vinhedos e Vinhos Finos](#)

[www.giacomini.com.br/ie2.htm](http://www.giacomini.com.br/ie2.htm)

Moscatel Espumante Doce. Variedade: Moscato Giallo Origem: Mato Perso - Flores da Cunha - RS Especificações: Elaborado 100% com uvas Moscato Giallo ...

### [Espumante Charmat Moscatel Dom Bortolo | Adega Mascarello ...](#)

[www.adegamascarello.com.br/?mostra=MTEw](http://www.adegamascarello.com.br/?mostra=MTEw)

Espumante Charmat Moscatel Dom Bortolo - Adega Mascarello - Dom Bortolo - Flores da Cunha - RS, Vinhos e Espumantes.

### [Pedidos | Adega Mascarello - Dom Bortolo - Flores da Cunha - RS ...](#)

[www.adegamascarello.com.br/pedidos.php](http://www.adegamascarello.com.br/pedidos.php)

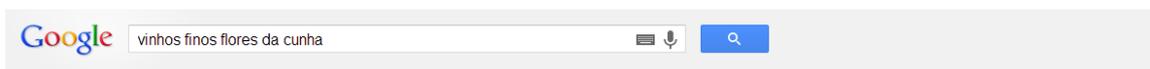
Pedidos - Adega Mascarello - Dom Bortolo - Flores da Cunha - RS, Vinhos e Espumantes. ... Espumante Champenoise Moscato Giallo Demi-sec, Quantidade:

### [Bon Vivant » Festival do Espumante em Flores da Cunha](#)

[www.bonvivant.com.br/.../festival-do-espumante-em-flores-da-cunha/](http://www.bonvivant.com.br/.../festival-do-espumante-em-flores-da-cunha/)

23/01/2013 - Vinícolas de Flores da Cunha e Nova Pádua disponibilizarão seus espumantes para apreciação no evento que será apresentado em ilhas ...

### [Imagens de espumante flores da cunha](#) - Denunciar imagens



Aproximadamente 29.900 resultados (0,22 segundos)

### [Luiz Argenta Vinhos Finos - Flores da Cunha, Rio Grande do Sul...](#)

<https://www.facebook.com/pages/Luiz-Vinhos-Finos/20211614980600...>

Luiz Argenta Vinhos Finos, Flores da Cunha, Rio Grande do Sul. 43 likes · 0 talking about this · 196 were here.

### [Valdemir Vinhos Finos](#)

[www.valdemir.com.br/](http://www.valdemir.com.br/)

Bem Vindo a Valdemir Vinhos Finos. Avenida 25 de Julho, 5005 - Flores da Cunha - RS - Brasil - Design ibServ.

### [TERRASUL](#)

[www.guianamais.com.br/](http://www.guianamais.com.br/)

Veja o telefone

endereço VI Travessã

Passa o mouse sobre o ponto.

### [Flores da Cunha, RS](#)

[rs-flores+da+cunha...](#)

OS FINOS ... localizado no

Flores da Cunha, RS.

### [Adega Mascarello / Dom Bortolo - Vinhos...](#)

[www.adegamascarello.com.br/](http://www.adegamascarello.com.br/)

1 comentário no Google

RS 122, Km 100, s/n Traversão Rondelli, Flores da Cunha (54) 3292-1510

### [Luiz Argenta Vinhos Finos](#)

[www.luizargenta.com.br/](http://www.luizargenta.com.br/)

Página do Google+

Av. Vinte e Cinco de Julho, 7000 Flores da Cunha (54) 3292-4477

[Ver resultados para vinhos finos flores da cunha em um mapa »](#)



## Adega Mascarello / Dom Bortolo - Vinhos Finos

Como chegar

Endereço: RS 122, Km 100, s/n - Travessão Rondelli, Flores da Cunha - RS, 95270-000

Telefone: (54) 3292-1510

Comentários

1 comentário no Google

## Palavra: móveis sob medida flores da cunha

Google

Web Imagens Mapas Vídeos Shopping Mais Ferramentas de pesquisa

Aproximadamente 64.300 resultados (0,29 segundos)

**Móveis Planejados - vivelle.com.br**  
Anúncio [www.vivelle.com.br/](http://www.vivelle.com.br/)  
Na Serra Gaúcha. Com 5 Anos de garantia. Alta Tecnologia Austríaca

**Virago Móveis e Design - viragomoveis.com.br**  
Anúncio [www.viragomoveis.com.br/](http://www.viragomoveis.com.br/)  
Smart Design - Móveis Exclusivos Sofá : Poltrona : Cadeira : Mesa

**Inovare Móveis Planejados - Flores da Cunha**  
[www.inovareplanejados.com.br/](http://www.inovareplanejados.com.br/)  
A Inovare apresenta um novo conceito em planejados em Flores da Cunha, trazendo consigo móveis de qualidade, elegância e preço viável.

**Resevila | Móveis Planejados**  
[www.resevila.com.br/](http://www.resevila.com.br/)  
Resevila | Móveis Planejados - Cozinhas, Banheiros, Home-Theaters, ... Travessão Cavour - s/n - Cx. Postal 68 - 95270-000 - Flores da Cunha - RS - Brasil

**HG MÓVEIS SOB MEDIDA**  
[www.hgmoveis.com/](http://www.hgmoveis.com/)  
Hg Móveis Sob Medida. ... Telefone: 3443.9214. Endereço: Av. Flores da Cunha, 245 - Parada 57 - Alvorada - RS. Desenvolvido por Onda Sites.

**Trazos e Trazos - Flores da Cunha - RS - Móveis Sob ...**  
[trazosetrazos.com.br/?id=7](http://trazosetrazos.com.br/?id=7)  
A cada traço um novo estilo, a cada estilo um novo traço... Trazos e Trazos, Flores da Cunha - RS, Móveis Planejados, Móveis Sob Medida, Sofas, Estofados, ...

**Móveis Sob Medida em Flores da Cunha, RS - Guia Mais**  
[www.guiamais.com.br/busca/moveis+sob+medida-flores+da+cunha-rs](http://www.guiamais.com.br/busca/moveis+sob+medida-flores+da+cunha-rs)  
Encontre Móveis Sob Medida próximas de você em Flores da Cunha, RS. Aqui no Guia Mais você encontra. Entre e confira agora!

**Anúncios**

**Franquia de Móveis**  
[www.bartzmoveis.com.br/](http://www.bartzmoveis.com.br/)  
Móveis Planejados  
Rápido Retorno

**Cozinhas Planejadas**  
[www.cozinhasitaitaia.com.br/](http://www.cozinhasitaitaia.com.br/)  
Conheça as Cozinhas Itaitaia e Monte a Sua em nosso Site!

**Sob medida móveis ?**  
[www.lightinthebox.com/Casa](http://www.lightinthebox.com/Casa)  
Mais De 100.000+ Itens De Venda. Desde \$0.99, Frete Grátis Mundial!

**Móveis em Promoção**  
[www.m.westwing.com.br/moveis](http://www.m.westwing.com.br/moveis)  
Descontos de até 70% em Móveis. Cadastre-se agora gratuitamente!

**Móveis Sob Medida**  
[www.moveisbohrer.com.br/](http://www.moveisbohrer.com.br/)  
Cozinha, Dormitório, Closet, ...  
Orçamento e Projeto sem custo!

**DellAnno**  
[www.dellanno.com.br/](http://www.dellanno.com.br/)  
Referência De Estilo, Sofisticação E Bom Gosto!  
[Veja seu anúncio aqui >](#)

## Telefone:

+Você Pesquisar Imagens Mapas Play YouTube Notícias Gmail Drive Agenda Mais

Google

Web Imagens Mapas Shopping Vídeos Mais Ferramentas de pesquisa

Aproximadamente 664 resultados (0,12 segundos)

**Faremac - Flores da Cunha - RS - Fale Conosco - Desenvolvimento ...**  
[www.faremac.com.br/?id=6](http://www.faremac.com.br/?id=6)  
Flores da Cunha - RS CEP: 95270-000. Contato: **Telefone: (54) 3292-5444**, Celular: (54) 9106-9308 | (54) 9916-3802. E-mail: [faremac@faremac.com.br](mailto:faremac@faremac.com.br) ...

+Você Pesquisar Imagens Mapas Play YouTube Notícias Gmail Drive Agenda Mais

Google

Web Imagens Mapas Shopping Vídeos Mais Ferramentas de pesquisa

Aproximadamente 2.180.000 resultados (0,14 segundos)

**Do Moinho Distribuidora - Novo Hamburgo - RS - Serra Gaúcha ...**  
[www.domoinho.com.br/](http://www.domoinho.com.br/)  
Do Moinho Distribuidora - Novo Hamburgo - RS - Serra Gaúcha, Cravos, Ferraduras ... Informações **Fone: 51-3596.2252** | E-mail: [domoinho@domoinho.com.br](mailto:domoinho@domoinho.com.br) ...

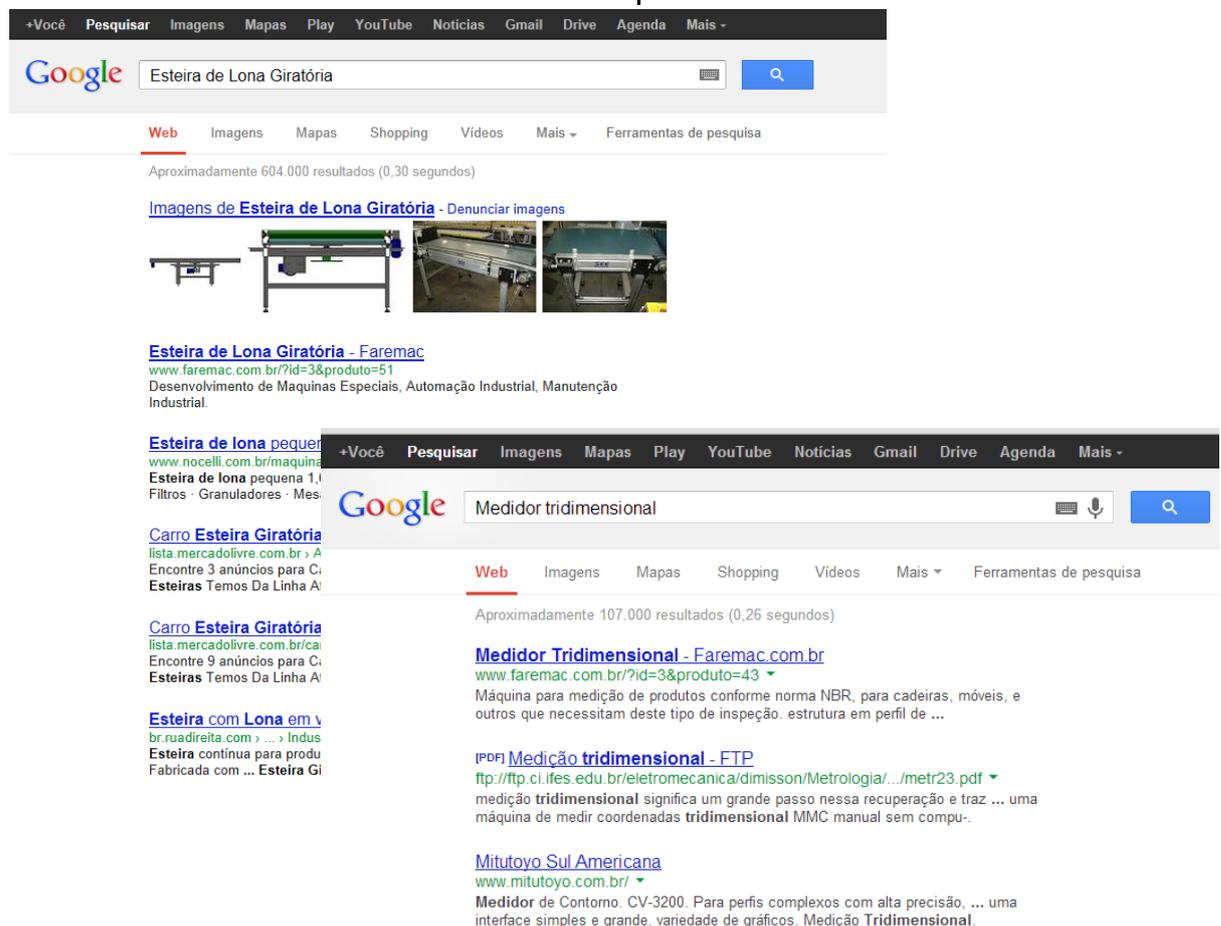
Você pode ver que o usuário não precisa abrir o site para ver o telefone.

## Produto: planilha de gastos



A screenshot of a Google search for "planilha de gastos". The search bar shows the query and the Google logo. Below the search bar, there are tabs for "Web", "Imagens", "Vídeos", "Shopping", "Notícias", "Mais", and "Ferramentas de pesquisa". The search results show approximately 601,000 results in 0.19 seconds. The first result is "Imagens de planilha de gastos" with a link to "Denunciar imagens". Below this, there are four thumbnail images of spreadsheets. The second result is "10 planilhas de gastos para controlar seu orçamento em 2014" with a link to "exame.abril.com.br/.../10-planilhas-de-gastos-para-controlar-seu-orcame...". The third result is "Planilha de Gastos Financeiros em Excel Grátis" with a link to "www.planilhadegastos.com/".

## Produtos: Esteira de Lona Giratória | Medidor tridimensional



A screenshot of a Google search for "Esteira de Lona Giratória". The search bar shows the query and the Google logo. Below the search bar, there are tabs for "Web", "Imagens", "Mapas", "Shopping", "Vídeos", "Mais", and "Ferramentas de pesquisa". The search results show approximately 604,000 results in 0.30 seconds. The first result is "Imagens de Esteira de Lona Giratória - Denunciar imagens" with a link to "Denunciar imagens". Below this, there are four thumbnail images of conveyor belts. The second result is "Esteira de Lona Giratória - Faremac" with a link to "www.faremac.com.br/?id=3&produto=51". The third result is "Esteira de lona pequena" with a link to "www.nocelli.com.br/maquina...". The fourth result is "Carro Esteira Giratória" with a link to "lista.mercadolivre.com.br/...".

A second screenshot of a Google search for "Medidor tridimensional". The search bar shows the query and the Google logo. Below the search bar, there are tabs for "Web", "Imagens", "Mapas", "Shopping", "Vídeos", "Mais", and "Ferramentas de pesquisa". The search results show approximately 107,000 results in 0.26 seconds. The first result is "Medidor Tridimensional - Faremac.com.br" with a link to "www.faremac.com.br/?id=3&produto=43". The second result is "Medição tridimensional - FTP" with a link to "ftp://ftp.ci.ifes.edu.br/eletromecanica/dimisson/Metrologia/.../metr23.pdf". The third result is "Mitutoyo Sul Americana" with a link to "www.mitutoyo.com.br/".

## Entenda como o Google escolhe a ordem dos sites nos resultados.

O Google tem um algoritmo muito avançado e cheio de proteções para fazer com que os resultados das pesquisas sejam atraentes para os usuários.

O que quero dizer é que se procura por um produto X, você quer sites que tenham este produto X, e não quer achar sites que falam do produto Y.

Com um rastreador chamado Boot, ele “varre” a internet e encontra as páginas dos sites que são indexáveis, depois disso ele guarda as informações que acha na página, quando você faz uma pesquisa o Google procura em seu banco de dados quais os sites que tem o conteúdo pesquisado.

Como o Google tem bilhões de páginas indexadas, ele as ordena usando um algoritmo chamado Pagerank e mais alguns requisitos. Esse algoritmo calcula quantos sites de relevância indicam você de uma forma correta e orgânica. Assim ela vai lhe dando pontos e fazendo uma média para deixar um site mais relevante que o outro.

No caso do Pagerank também conta muito sites do mesmo segmento se indicarem. Não adianta você falar de doces no site e só aparecer em sites que falam de carros. Os pontos para essa área no site de carros provavelmente vão valer menos do que sites que falam de doces, e você não vai conseguir um link no site de seu concorrente. Então, como é possível fazer isso?

Agora vai uma dica que poucos sabem, e quem sabe nunca contou.

Você pode fazer um blog de um segmento interessante para seu mercado, mas este não pode ter indicações ou informações que pareçam ser da sua empresa. O blog necessita ser sempre atualizado, com conteúdo e matérias que sejam de interesse de seu público. Isso pode fazer com que você ganhe relevância perante a concorrência. Após algum tempo, deve-se fazer um post sobre a sua empresa. Dessa forma, o blog se trabalhará em paralelo e servindo de complemento para seu site.

Tente fazer isso depois de ler todo o e-book, se você não melhorar nos resultados de pesquisa do Google entre em contato comigo para eu tentar te ajudar a melhorar o blog ou o texto, pois esta técnica não é errada. Ela sempre irá dar certo se utilizada da forma correta.

Existem diversos outros fatores que contribuem para um melhor posicionamento de seu site no Google, como: quantidade não repetida de páginas, qualidade do conteúdo, velocidade de carregamento, o local onde o site está hospedado, a qualidade dos sites que indica e os que indicam você, entre outros.

É impossível se ter uma ideia precisa de tudo que o Google coloca em seu algoritmo para fazer com que determinado site seja melhor posicionado nas buscas, porém, seguindo as dicas aqui explanadas, se terá um grande trabalho, que resultará num resultado bem melhor que o atual.

Para entender melhor como funcionam as pesquisas do Google acesse: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Google\\_Search](http://pt.wikipedia.org/wiki/Google_Search)

## Minha empresa na internet

**[Clique aqui para ver no meu site se você tem a versão mais atualizada deste e-book.](#)**

## Minha empresa na internet

Nos próximos capítulos vou mostrar como é importante você estar presente na internet. A internet fez com que a economia mudasse, fazendo existir novas formas de ganhar e gastar dinheiro.

Vou explicar como você pode fazer seu negócio ficar lucrativo na internet. Para que isso aconteça, primeiramente você tem que ter um website. Irei mostrar neste e-book porque você deve criar um site e/ou blog, e como deve fazê-lo.

Primeiramente a sua empresa/negócio deve estar presente na internet de alguma forma, a mais recomendada é com um website completo e bem feito, mas também pode ser no formato de um blog ou um mini site (Landing Page), desde que ele tenha as áreas necessárias para seus clientes entenderem seu negócio, e acharem você no mundo real caso eles lhe procurem.

Você sabia que uma grande quantidade de consumidores pesquisa informações na internet antes de adquirir um produto ou serviço?

Quando alguém vê uma propaganda de algum produto na televisão, como uma câmera digital, por exemplo, e desperta interesse no produto. Essa pessoa irá buscar mais informações na internet antes de efetuar a compra em uma loja física ou em lojas virtuais em algum e-commerce ou landing-page.

Estudos realizados por institutos de pesquisas dos EUA demonstram que até mesmo para realizar a compra de produtos alimentícios, algumas pessoas fazem pesquisas online antes de irem ao supermercado. Você

pode ver mais sobre este estudo procurando por: “Momento de Decisão do Consumidor” ou “ZMOT” (momento zero da verdade).

Vou mostrar as melhores técnicas para você fazer sua empresa aparecer na internet e como isso deve ser feito. Irei explicar também quais as melhores ferramentas e estratégias para você usar.

## O Segredo do Negócio

Logo de início, gostaria de explicar o segredo para que seu website faça você ganhar dinheiro. Para que ele funcione, deve-se pensar no site como um negócio real. Ele é tão importante como a sede de sua empresa, que atende da melhor forma possível seus clientes, representantes e visitantes. É importante também, trazer para o meio virtual aquilo que já é destaque em sua empresa física.

Todavia, se você ainda não tem uma empresa, mas está pensando em abrir uma, já deve pensar no seu site como um negócio que vai crescer muito. E para que isso aconteça, você deve dedicar seu tempo para que o site evolua.

Para que o site funcione bem, deve-se entender que na atualidade, as empresas funcionam tanto em seus estabelecimentos físicos tradicionais, como no ambiente online. Um website é tão importante, que existem casos de empresas pequenas e médias que aumentaram tanto seu faturamento por causa da web, que se o site delas sair do ar, corre-se o risco de passarem por alguns abalos financeiros.

Para mostrar como um site bem projetado ajuda uma empresa a vender, irei citar o caso de um amigo meu que tem uma empresa na área de fabricação de equipamentos eletrônicos de grande porte. A empresa fabrica máquinas personalizadas para alguns segmentos de indústria.

Para atingir o público-alvo com publicidade e propaganda em mídias tradicionais como jornal, rádio e televisão, bem como a participação em feiras e eventos, necessita-se de um grande investimento. Pensando nisso,

optou-se por elaborar um site bem segmentado e com informações sobre a empresa e seus produtos, com fotos e vídeos ilustrativos.

Como resultado da opção pela divulgação através dos meios online, a empresa passou a vender seus produtos para indústrias de todo o Brasil, pois os empresários localizam os produtos através dos buscadores como o Google.

Agora que você já entendeu como é importante se fazer presente nos meios online, vamos ver na prática como fazer a coisa funcionar.

## Como fazer meu website?

Existem três maneiras de fazer um website. As veremos a seguir por ordem de praticidade.

Usando a primeira maneira será mais fácil de você usar as técnicas e as áreas necessárias para vender pela internet.

## 1) Contratando uma empresa de criação de website ou uma agência;

Aqui a empresa faz tudo para você, registra os domínios, cria o site, hospeda o site e os e-mails, faz o SEO Marketing (Otimização para Mecanismos de Buscas: montar o conteúdo do site para melhorar o posicionamento na web de forma orgânica, e para melhorar suas campanhas de AdWords, entre outras coisas), Social Media (trabalhar a sua empresa nas mídias sociais), SEM (Marketing de Busca: SEO e campanhas de pagamento por cliques) e vários outros termos que às vezes são confusos para quem não entende muito do ramo digital.

Esta é a maneira mais fácil, mas você tem que escolher muito bem a empresa que vai contratar para não fazer o seu dinheiro ser gasto em exageros ou de forma errada.

Indica-se ler todo o conteúdo aqui trabalhado. Depois disso, combine com a empresa para que você tenha liberdade de dar dicas e ideias que acredite serem importantes. Conversem, e não se esqueça de seguir as áreas e as técnicas durante a inclusão da sua empresa na internet e depois que o site estiver pronto.

## 2) Criando um blog/site para a minha empresa;

Pode-se criar um blog/site usando uma ferramenta gratuita de gerenciamento de blogs, o Wordpress ([www.wordpress.org](http://www.wordpress.org)). Caso você não tenha onde hospedar seu blog ou queria fazer alguns testes, indica-se usar o próprio provedor da Wordpress.com ([www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)).

Caso queira instalar em seu servidor este excelente gestor de blogs, deve -se baixar o script no site <http://br.wordpress.org>. É possível ainda, solicitar este serviço para seu fornecedor de hospedagem. Dessa forma, você já estará testando a qualidade do suporte da empresa que contratou, pois esta é uma tarefa relativamente simples para conhecedores da área.

Agora você deve estar se perguntando, “Mas como faço a instalação do blog para minha empresa?” Será explicado no tutorial a seguir como instalar um blog Wordpress.

## Como instalar/criar um blog em Wordpress

Veja a seguir a famosa instalação de cinco minutos by Wordpress.org:

Esta versão é rápida e serve para aqueles que já estão confortáveis com a realização de instalações.

1 - Baixe e descompacte o [pacote do WordPress](#) no seu servidor;

2 - Crie um banco de dados para o WordPress no seu servidor web, no MySQL com um usuário com todos os privilégios de acesso;

3 - Copie e renomeie o arquivo wp-config-sample.php para wp-config.php;

4 - Abra o arquivo wp-config.php em um Editor de Texto e preencha os seus dados de banco de dados, como explicado em [Editando wp-config.php](#) para gerar e utilizar sua senha de chave secreta;

5 - Coloque os arquivos do WordPress no local desejado no seu servidor web;

6 - Execute o script de instalação do WordPress, acessando wp-admin/install.php no seu navegador.

Se você instalou o WordPress no diretório raiz, você deve visitar: <http://exemplo.com/wp-admin/install.php>

Se você instalou o WordPress em seu próprio subdiretório chamado blog, por exemplo, você deve visitar: <http://exemplo.com/blog/wp-admin/install.php>

É isso aí! O WordPress agora deve estar instalado!

## 3) Criar meu website em uma empresa de sites grátis.

Existem várias empresas que fazem sites de graça, a que indico é a Yola ([Yola.com](http://Yola.com)). Nela você pode fazer de tudo com o seu site, mas lembre-se de fazer sites para HTML5, não use Flash (não funciona bem em vários dispositivos móveis, como celulares e tablets, e ainda existem algumas dificuldades dos buscadores encontrarem o conteúdo que tem dentro de um site deste tipo).

Outra coisa, no mínimo registre um domínio para sua empresa com terminação: (.com) e/ou (.com.br) para que as pessoas não vejam de cara que você está usando um serviço gratuito e direcione para o Yola.

E para lembrar, usando as ferramentas gratuitas a dificuldade de você usar as técnicas corretas mostradas por todo este e-book vão ser grandes e podem custar caro no futuro para você.

## Hospedagem do site e e-mails

A hospedagem do site e e-mail é necessária para que você esteja online 24 horas por dia.

Em resumo, são servidores que ficam ligados 24 horas por dia na internet com seu site e serviço de e-mail, e quem acessa o seu site abre a página que está neste servidor, e quem envia um e-mail para você, envia para este servidor e depois você abre o e-mail via webmail ou no seu software de e-mail mais tarde em seu computador.

Abaixo uma ilustração que explica como funciona:



Caso não venha escolher uma empresa para fazer o seu website (quem desenvolve o site normalmente já cuida destas etapas para você), escolha uma empresa que forneça um bom suporte, e claro um ótimo serviço.

Este serviço é cobrado mensalmente, anualmente, bianualmente ou até trienalmente, mas tome cuidado ao escolher o serviço. Uma dica importante é usar servidores que estejam hospedando os sites e e-mail aqui no Brasil, para não acontecer de ter lentidão no recebimento dos e-mails ou no acesso do site.

Indica-se a escolha de uma empresa local ou alguém que você conhece, para ter um suporte mais qualificado e rápido, sem ter que ficar no telefone por muito tempo caso aconteça algo com seu site, ou você pode procurar pelo Google por “Hospedagem de Sites”, que ele irá lhe mostrar milhares de empresas que cuidam disso.

Uma indicação de alguém já experiente na área é o serviço da [KingHost](#). O suporte é ótimo e o serviço de hospedagem tem bastante qualidade, tudo isso por um preço bastante acessível se comparado a outros do gênero.

Neste caso é bem fácil de fazer a coisa acontecer, basta seguir os passos descritos no site que você cria a hospedagem do seu site em minutos, e na [KingHost](#) tem um instalador automático com vários tipos de sites, inclusive o Wordpress, você faz tudo automático só escolhe a senha.

Visitando o site clicando no link aqui do e-book, você ganha 10% de desconto no primeiro mês caso queira experimentar o serviço.

## Registrando o domínio do site da empresa

Lembre-se de registrar o domínio da sua empresa com finais “.com” e “.com.br”. Aconteceu um caso comigo, com um site que eu tinha, e que acabei vendendo há alguns anos atrás. Registrei o domínio apenas como “.com”, (na época só empresas podiam registrar domínios .com.br), e um espertinho registrou o domínio “.com.br”. No começo não tinha me preocupado, mas com o passar dos meses, senti a diferença nos acessos que caíram um pouco. Percebi que meus amigos quando escreviam o nome do meu site, digitavam automaticamente “nomedosite.com.br”. Criou-se no brasileiro o hábito de sempre digitar “.com.br” quando se fala de sites. Então não esqueça de registrar os dois tipos de domínios. Evite problemas futuros.

Veja o problema que foi criado para o site e para o negócio:

Tentei comprar o domínio do site que falei, “.com.br” mas a pessoa que registrou viu uma oportunidade de lucrar com isso e me fez a seguinte proposta:

Alugava o domínio por R\$ 700,00 por mês ou venderia por um valor estimado de R\$ 30 mil (valor previsto do arrecadado em publicidade no período de cinco anos). Vale lembrar, que tudo isso seria evitado caso na época do registro tivesse sido feito um investimento de apenas R\$ 30,00.

Agora na hora de registrar o domínio tome estes cuidados e mais, veja se a empresa de hospedagem ou a agência já faz isso para você.

Outra dica importante, é nunca usar serviços gratuitos como o [meusite.wordpress.com](http://meusite.wordpress.com) ou [meusite.subdominio.com.br](http://meusite.subdominio.com.br), por exemplo. Pense que hoje o internauta é muito inteligente, fazendo isso você deixa a

sua empresa com uma cara do tipo que não investe. Eles pensam: “Ele não tem R\$ 30,00 por ano para registrar o domínio?”, ou até mesmo: “Será que é esse mesmo o site da empresa ou alguém criou isso para me enganar?”.

Outra coisa, para deixar o seu site na internet você tem que pagar o que chamamos de hospedagem de site e e-mail, que faz com que estes fiquem funcionando 24 horas por dia.

Você pode contratar este serviço com várias empresas do setor, e elas cobram valores mensais, trimestrais, semestrais ou anuais.

## **Registro do domínio**

Então para começar vamos registrar o domínio da sua empresa, recomendo que registre o domínio com terminação: “.com.br” e “.com”.

Para registrar um domínio “.com.br” da empresa acesse o site Registro.br ([www.registro.br](http://www.registro.br)). São eles os responsáveis pelos registros dos sites na internet aqui no Brasil. É bem fácil de registrar.

Na hora de registrar o domínio, cuide na parte do DNS (Nameserves), coloque os DNS que sua empresa de hospedagem passou, para que o site não fique fora do ar.

Para registrar um domínio: “.com” funciona quase que da mesma forma, mas você tem que usar outros sites para fazerem isso para você, procure no buscador por “Registro de Domínio Internacional”, ou acesse os sites: [www.ipower.com](http://www.ipower.com), [www.godady.com](http://www.godady.com), [www.100br.com](http://www.100br.com). Todos estes sites já foram testados e aprovados, sendo os dois primeiros estrangeiros e com um valor de registro mais acessível.

## Fazendo acontecer

### Minha empresa na internet

## Minha empresa na internet

A seguir será explicado em 11 itens como uma empresa funciona na vida real e como você pode fazer para colocar seu empreendimento na internet.

Existem várias metodologias que podem ser usadas para melhorar cada uma das áreas. O objetivo aqui é fazer você entender como funciona a internet, para que sua empresa possa ser incluída no mundo digital de forma correta.

Caso tenha alguma dúvida ou precise melhorar o processo no website, você pode procurar o assunto relacionado para cada área.

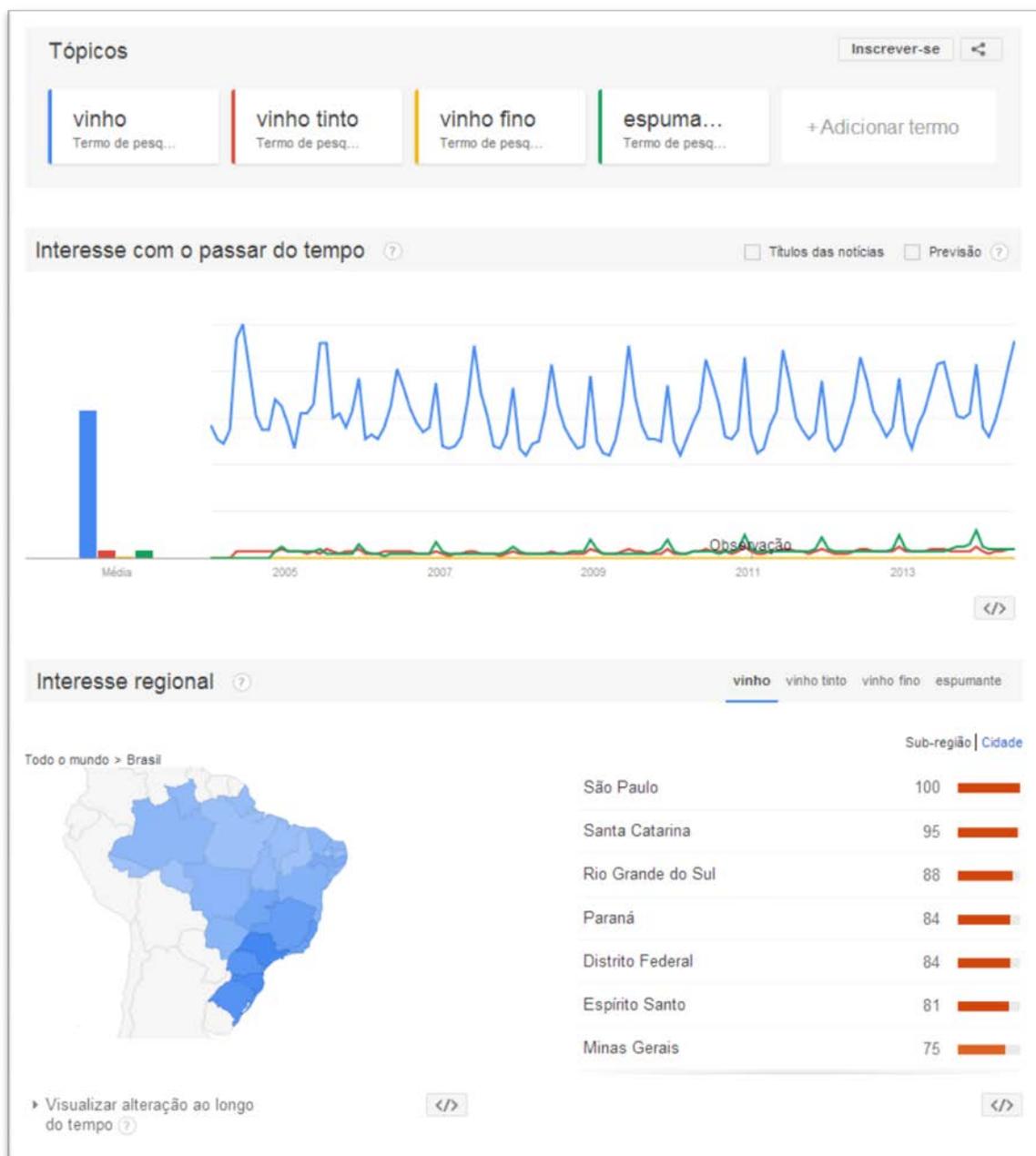
Sempre indico para as empresas antes de começar entrar no mundo da internet, a fazer uma modelagem de negócios (planejamento) e pesquisa de marketing com as principais palavras chaves do seu segmento, assim você pode analisar se a pesquisa para seu negócio, produto ou serviço tem viabilidade online.

Você pode achar mais informações de como fazer a pesquisa por seu segmento na Área 1 do e-book: Visita do Cliente.

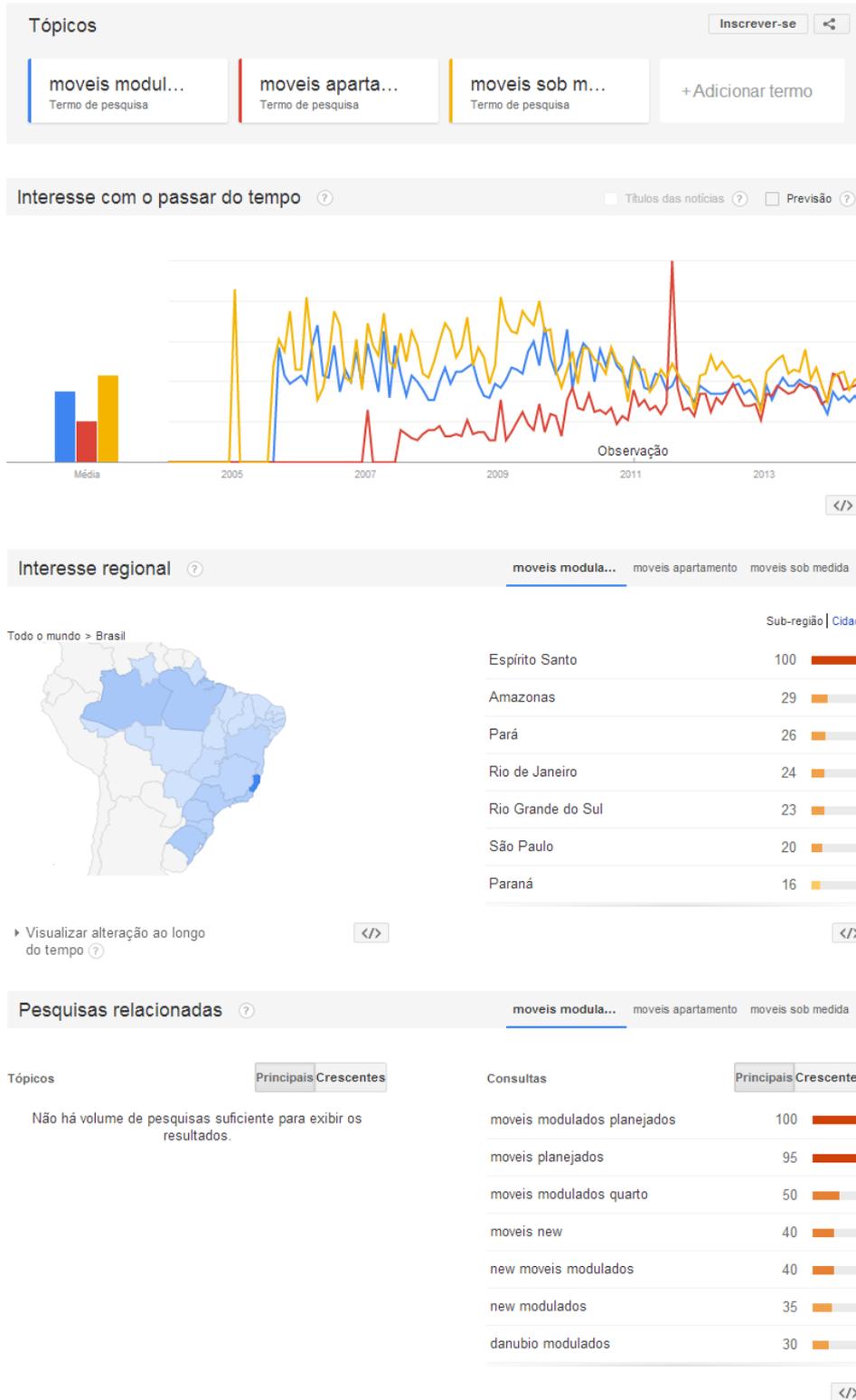
## Google Trends

Você também pode utilizar uma ferramenta do Google chamada Google Trends para basear sua lucratividade na web:

Site: <http://www.google.com.br/trends/>

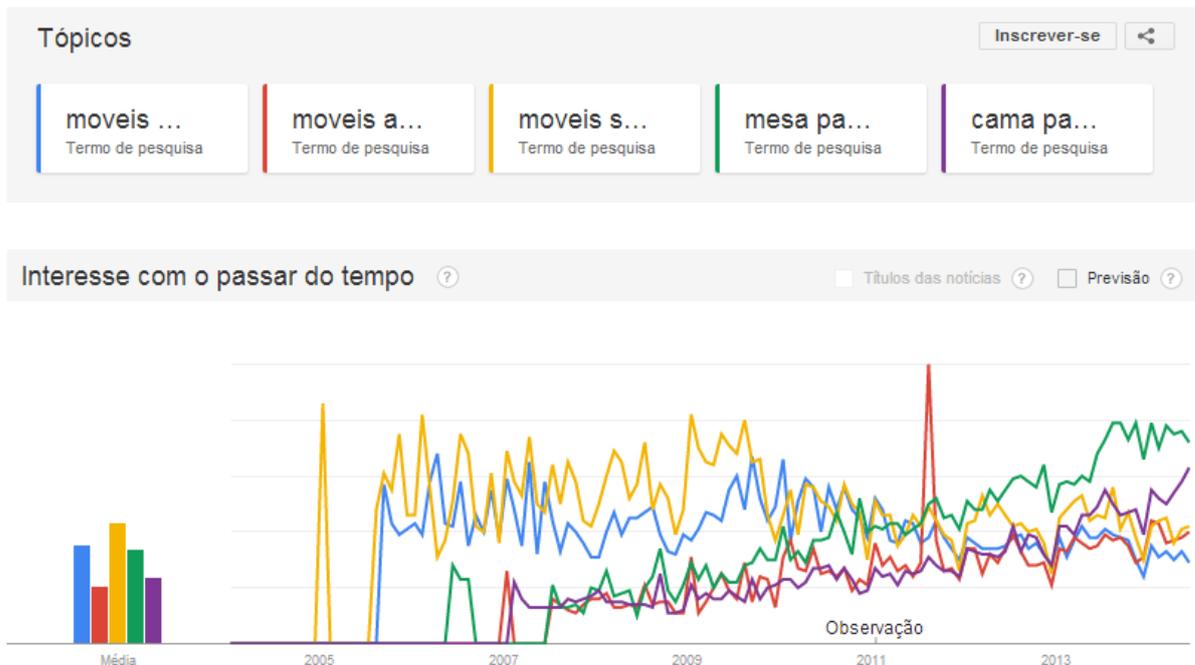


Digite as palavras para ver as informações sobre quantidade de busca, locais com mais procura e algumas palavras chaves de exemplo:





Ele também mostra para você em quais os estados as pesquisas são feitas.

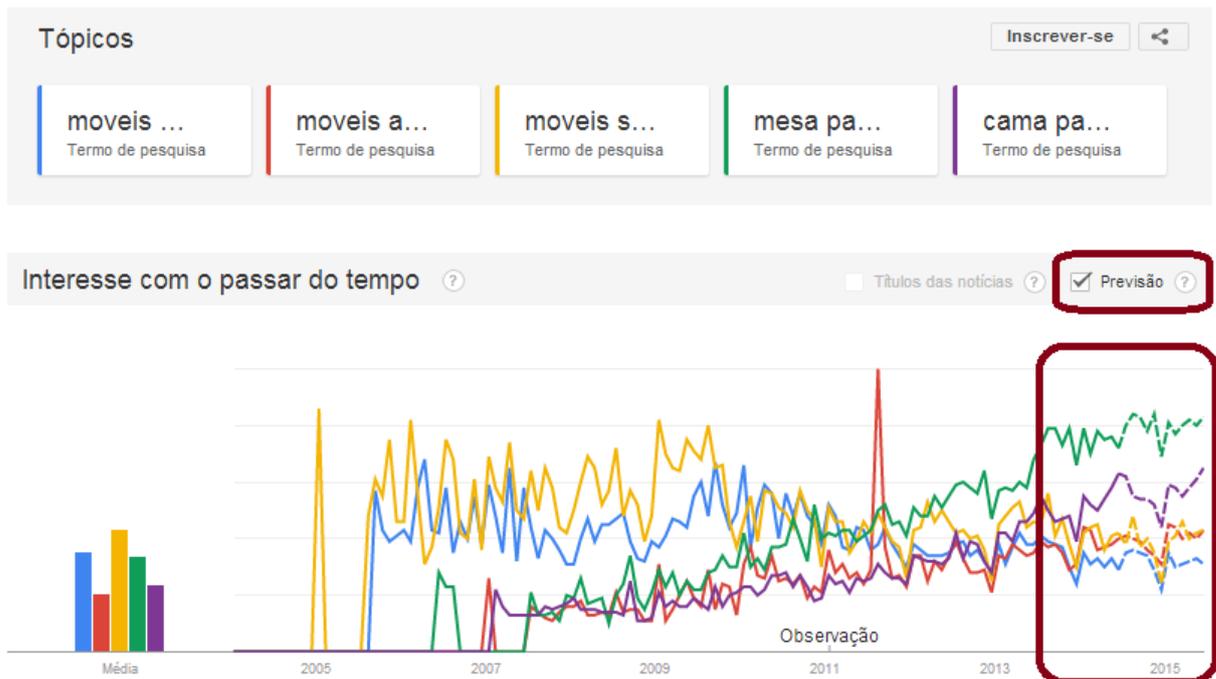


Assim você pode ver quais as palavras ou produtos são mais procurados, e ainda pode ver como os usuários estão fazendo as pesquisas. Veja um exemplo:

“Móveis sob medida” tinham uma grande procura em 2008. Porém, por ganharem mais experiência com internet, os usuários passaram a ser mais objetivos em suas pesquisas, focando apenas na sua necessidade do

momento. Neste caso, passou-se a buscar por expressões como “mesa para cozinha” ou “cama para quarto”.

Ela também tem a opção de mostrar uma previsão de como as pesquisas vão seguir com o tempo, como na imagem abaixo:



Com esta ferramenta você consegue retirar muita informação da web e pode melhorar sua estratégia na hora de entrar no mundo da internet.

Você também pode usar a ferramenta do Google: Planejador de Palavras Chave que vou explicar melhor na Área 1.

## Planejador de Palavras Chave

Site:

[https://adwords.google.com.br/ko/KeywordPlanner/Home?\\_o=cta](https://adwords.google.com.br/ko/KeywordPlanner/Home?_o=cta)

Planejador de palavras-chave Seu produto ou serviço

Adicionar ideias a seu planejamento

Segmentação <sup>?</sup>

- Rio Grande do Sul
- Português
- Google

Personalize sua pesquisa <sup>?</sup>

**Filtros de palavras-chave**

Média de pesquisas mensais  $\geq$  0

CPC méd.  $\geq$  US\$0,00

**Opções de palavras-chave**

Ocultar palavras-chave em minha conta

Ocultar palavras-chave em meu planejamento

**Incluir/excluir**

Ideias de grupos de anúncios | Ideias de palavras-chave

Termos de pesquisa	Média de pesquisas mensais <sup>?</sup>	Concorrência <sup>?</sup>	CPC méd. <sup>?</sup>	
vinho	880	Baixa	US\$0,42	»

1 - 1 de 1 palavras-chave

Palavra-chave (por relevância)	Média de pesquisas mensais <sup>?</sup>	Concorrência <sup>?</sup>	CPC méd. <sup>?</sup>	
vinhos do mundo	1.600	Média	US\$0,34	»
vinhos	880	Alta	US\$0,31	»
sagu de vinho	720	Baixa	US\$0,00	»
copo de vinho	320	Baixa	US\$0,00	»
ferrovia do vinho	320	Baixa	US\$0,37	»

Na área 1 do e-book consta a explicação completa de como usar a ferramenta.

## 1) **Visita do Cliente** (acesso ao website)

Nesta parte vou falar como você pode fazer para que o seu futuro cliente chegue até o seu website, pois você só vai conseguir ganhar dinheiro, se as pessoas visitarem o site.

Será descrito a seguir alguns itens importantes para o seu conhecimento:

- 1- O conteúdo do site tem que ser único, e deve ser escrito por você ou por algum profissional da área da comunicação. O texto, bem como as imagens ilustrativas não devem ser copiados de outros sites. Os buscadores sabem de onde veio o primeiro texto e as imagens. Seja criativo e crie textos realmente bons e diferentes;
- 2- Crie títulos curtos e diferentes para cada página do seu site;
- 3- Caso seu produto já exista na internet, cadastre o mesmo com um nome um pouco diferente, e enriqueça o conteúdo do mesmo<sup>1</sup>;
- 4- Caso você tenha espaço para cadastrar uma descrição ou como é conhecida no mundo da internet “meta-descrição”, crie a mesma com até 160 caracteres. Os buscadores irão mostrar esta informação nos resultados de busca logo abaixo do título da página.

<sup>1</sup> (Os buscadores derrubam [você cai nos resultados de pesquisas] sites com conteúdo duplicados ou copiados de outros sites)

<sup>2</sup> (Use entre 30 a 70 caracteres e veja como seus concorrentes escrevem e escreva um pouco diferente, mas sem perder a palavra chave principal)

<sup>3</sup> (Também conhecida no termo inglês: “meta-description”)

Agora que estamos com o conteúdo bem arrumado, vamos fazer os buscadores encontrarem o seu site.

Adicione o seu site (Link do seu site) no máximo de sites que você encontrar.

Você deve criar textos de no mínimo 30 linhas, e no seu decorrer, adicionar seu link bem segmentado, mas não adicionar somente por adicionar. Tem que ter um contexto com tudo, você deve escolher sites que sejam do seu segmento, do seu público, e que deem engajamento para o conteúdo criado. Veja um exemplo:

## **Título:**

Como fazer a manutenção do meu carro

## **Texto:**

Hoje em dia é muito importante se organizar para fazer a manutenção do nosso carro, temos que se preocupar com a troca do óleo, troca de pneus, freios, água, molas, balanceamento, e muitas outras coisas.

Pensando nisso a empresa Mecânica X fez uma tabela com todas as coisas que devemos nos preocupar e deixar organizado no carro: Tabela de Manutenção do meu carro.

Evite problemas com seu carro e não perca dinheiro ou corra perigo esquecendo-se de fazer as manutenções básicas.

Após a criação do texto deve-se adicioná-lo em sites do segmento:

- Automotivos;
- De manutenção de veículos;
- Revistas online sobre veículos;

- Blogs sobre veículos;
- Divulgar em redes sociais do gênero ou em grupos específicos para isso.

Veja que no texto adicionamos o site da empresa no nome da empresa e um link para a tabela de manutenção.

O texto acima foi escrito de forma breve para não deixar muito extenso. A ideia é dar um exemplo, apenas. Faça textos mais longos.

Agora você deve adicioná-lo nos principais sites levantados na análise e nos blogs dos seus amigos que tenham categorias sobre veículos, ou blogs que você lê, pode-se também adicionar no Jornal online da sua cidade, no seu perfil em mídias sociais como: Facebook, Google Plus, Twitter, e vários outros. Quanto mais você aparecer nas redes sociais melhor. Faça campanhas da Fanpage da empresa para que as pessoas compartilhem algo junto com o link do site.

Quanto mais você aparecer melhor.

## Planejador de Palavras Chave (Como descobrir o que estão procurando no Google)

Então você se pergunta: “Vou escrever um texto sobre o meu negócio, mas tem alguém que vai procurar por isso?”.

Existem várias maneiras de descobrir isso, e a mais fácil atualmente é usando uma ferramenta que o próprio Google oferece. Fica fácil de descobrir o que estão procurando na internet sobre o seu segmento e os produtos procurados.

Você também deve utilizar esta ferramenta para fazer um planejamento de marketing para sua empresa na web.

Ela se chama Ferramenta de Palavras Chave.

Acesse o site:

<https://adwords.google.com.br/keywordtool>

Pode ser que o Google tenha mudado o link ou a ferramenta de busca das palavras, caso o link acima não esteja funcionando procure no Google por: “ferramenta de palavras chave” ou “estimar custos de palavra-chave”.

É provável que o Google descontinue a ferramenta acima pois eles tem uma nova ferramenta mais fácil e com mais opções avançadas. O nome dela é Planejador de Palavras Chave.

Acesse o site:

[https://adwords.google.com.br/ko/KeywordPlanner/Home?\\_o=cta](https://adwords.google.com.br/ko/KeywordPlanner/Home?_o=cta)

A seguir será dada uma breve explicação sobre essa ferramenta, mas lembre-se ela está em constante evolução, pode ser que ela mude de layout ou de opções.

Você precisa acessar com uma conta do Google AdWords, caso ainda não tenha ele vai pedir para você criar uma grátis rapidamente.

Veja como o Planejador de Palavras-Chave funciona:

Depois que você abrir a ferramenta irá mostrar a seguinte tela:



Escolha a opção:

- Procurar ideias de palavras-chave e grupos de anúncios

Irá mostrar a tela da próxima página.

▼ Procurar ideias de palavras-chave e grupos de anúncios

Insira um ou mais dos elementos a seguir:

Seu produto ou serviço

Por exemplo, flores ou carros usados

Sua página de destino

www.example.com/pagina

Categoria de seu produto

Insira ou selecione uma categoria de produto

Segmentação ?

Rio Grande do Sul

Português

Google

Personalize sua pesquisa ?

Filtros de palavras-chave

Média de pesquisas mensais

0

CPC méd. ≥ US\$0,00

Opções de palavras-chave

Ocultar palavras-chave em minha conta

Ocultar palavras-chave em meu planejamento

Incluir/excluir

Obter ideias

Escreva a palavra chave relacionada ao seu segmento ou o nome do seu produto.

Escolha o País, ou Estado, ou Região, ou até a Cidade que você deseja.

Escolha o Idioma.

Se você quer ver o resultado também dos sites parceiros do AdWords. Sites que tem pesquisa interna via Google.

Clique em Obter Ideias.

Depois de solicitar para a ferramenta obter as palavras ela irá lhe mostrar a tela a seguir:

Planejador de palavras-chave Seu produto ou serviço

Adicionar ideias a seu planejamento

Vinho

Ideias de grupos de anúncio  Ideias de palavras-chave

Termos de pesquisa	Média de pesquisas mensais	Concorrência	CPC méd.
vinho	880	Baixa	US\$0,42

1 - 1 de 1 palavras-chave

Palavra-chave (por relevância)	Média de pesquisas mensais	Concorrência	CPC méd.
vinhos do mundo	1.600	Média	US\$0,34
vinhos	880	Alta	US\$0,31
sagu de vinho	720	Baixa	US\$0,00
copo de vinho	320	Baixa	US\$0,00
ferrovia do vinho	320	Baixa	US\$0,37

**Segmentação**

- Rio Grande do Sul
- Português
- Google

Personalize sua pesquisa

**Filtros de palavras-chave**

- Média de pesquisas mensais  $\geq$  0
- CPC méd.  $\geq$  US\$0,00

**Opções de palavras-chave**

- Ocultar palavras-chave em minha conta
- Ocultar palavras-chave em meu planejamento

**Incluir/excluir**

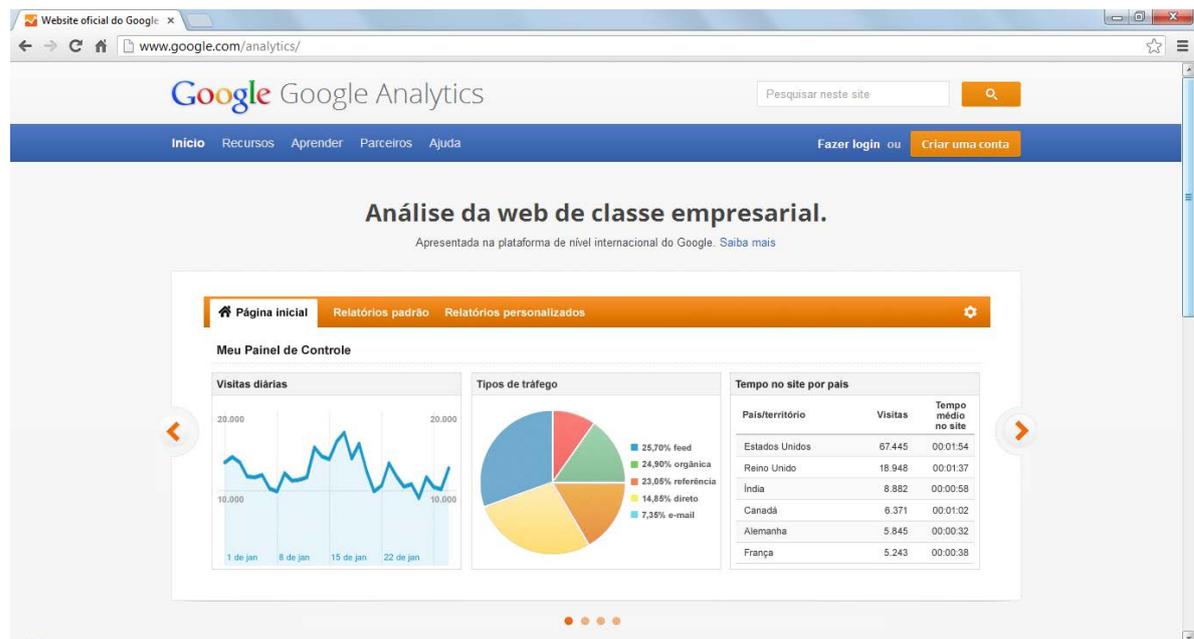
Escolha a opção de Ideias de palavras-chave e a ferramenta mostra algumas palavras relacionadas a palavra que você escolheu com a quantidade de buscas por mês.

## Google Analytics - Analise e relatórios das visitas do site:

Como descobrir se estou recebendo visitas em meu site?

Instale a ferramenta Google Analytics em seu site.

Site: <http://www.google.com/analytics/>



Com essa ferramenta você vai ver todos os acessos do seu site e vai ter uma ideia da posição em que ele aparece, conforme a busca por cada palavra determinada.

Crie uma nova conta ou acesse com sua conta Google no botão:



Caso apresentar a tela abaixo clique em: Inscreva-se.

The diagram shows a three-step process for getting started with Google Analytics:

- 1. Inscreva-se no Google Analytics:** Basta fornecer algumas informações básicas sobre qual tipo de negócio monitorar.
- 2. Adicione um código de acompanhamento:** Você receberá um código de acompanhamento. Cole-o em suas páginas para que o Google possa coletar dados sobre o seu site.
- 3. Saiba mais sobre seu público-alvo:** Em algumas horas, você poderá começar a visualizar dados sobre seu site.

Below the steps, there's a section titled 'Comece a usar' with a button labeled 'Inscreva-se' and the text 'Inscreva-se agora. É fácil e gratuito.'

Na próxima tela siga os passos:



## O que você deseja acompanhar?

Website  Aplicativo

Acompanhe websites cujo HTML você controla Acompanhe interações em aplicativos para Android e iOS

## Selecione um método de acompanhamento

Recursos	<input checked="" type="radio"/> Universal Analytics <small>BETA</small>	<input type="radio"/> Classic Analytics
Recursos básicos do Google AdWords (aquisição de visitantes, comportamento e dados de conversão)	✓	✓
Acompanhamento de eventos	✓	✓
Vinculação de contas do Google AdWords	✓	✓
Variáveis personalizadas	Fazer upgrade para dimensões e métricas personalizadas	✓
Dimensões e métricas personalizadas	✓	
Sincronização de dados on-line/off-line	✓	
Acompanhamento de várias plataformas	✓	
Controles de configuração simplificados	✓	
Selecione as novas versões de recursos	✓	
Ferramentas de publicidade avançadas (Google AdSense, Experiências de conteúdo, DFA, remarketing)	Em breve	✓

## Configuração de sua propriedade da web

### Nome do website

Meu novo website

Nome do Site

### URL do website

http://

Exemplo: <http://www.mywebsite.com>

URL do Site: [www.site.com.br](http://www.site.com.br)

### Categoria do setor novo ?

Adicionamos mais categorias de setor. Selecione

Selecione uma opção

Nestes locais selecione o Setor e Defina o Fuso horário

### Fuso horário dos relatórios

Estados Unidos  (GMT-08:00) Horário do Pacífico

## Configuração de sua conta

### Nome da conta

As contas são o mais alto nível de organização e contém

Nome da nova conta

Defina o nome da conta para você se gerenciar

## Configurações do compartilhamento de dados ?

### Somente com outros produtos

Ative recursos avançados de anúncio compartilhando dados do Google Analytics com outros produtos do Google, como o Google AdSense e outros produtos do Google.

Deixe marcadas as opções.

Google AdSense e outros produtos do Google, como o Google AdSense e outros produtos do Google. Somente os serviços do Google (não de terceiros)

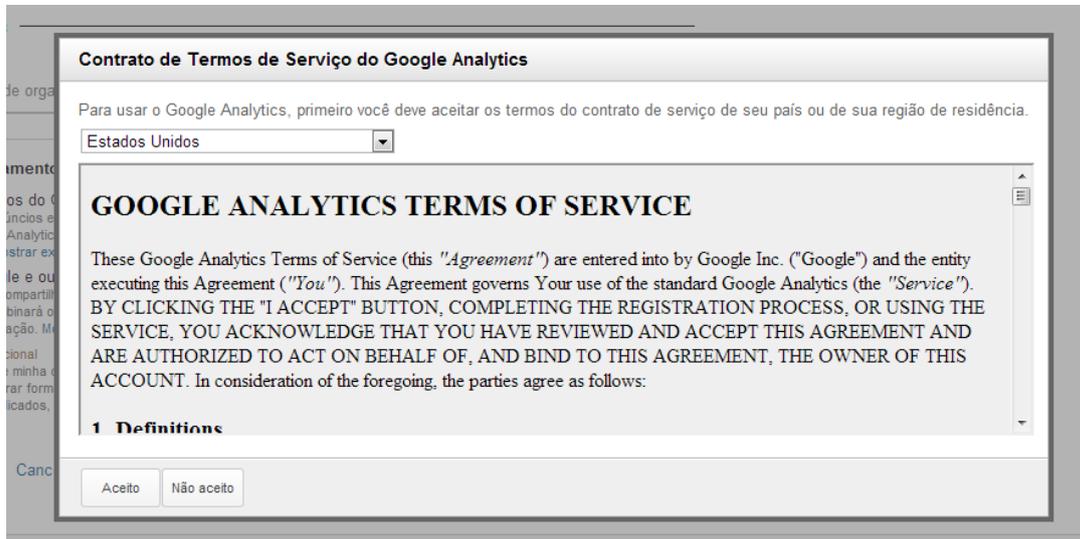
### Anonimamente com o Google

Ative a comparação de marcas compartilhando os dados de seu site em um formulário anônimo. O Google removerá todas as informações identificáveis sobre seu site, combinará os dados com centenas de outros sites anônimos de mercados similares e informará as tendências agregadas no serviço de comparação. [Mostrar exemplo](#)

### Especialistas de contas opcional

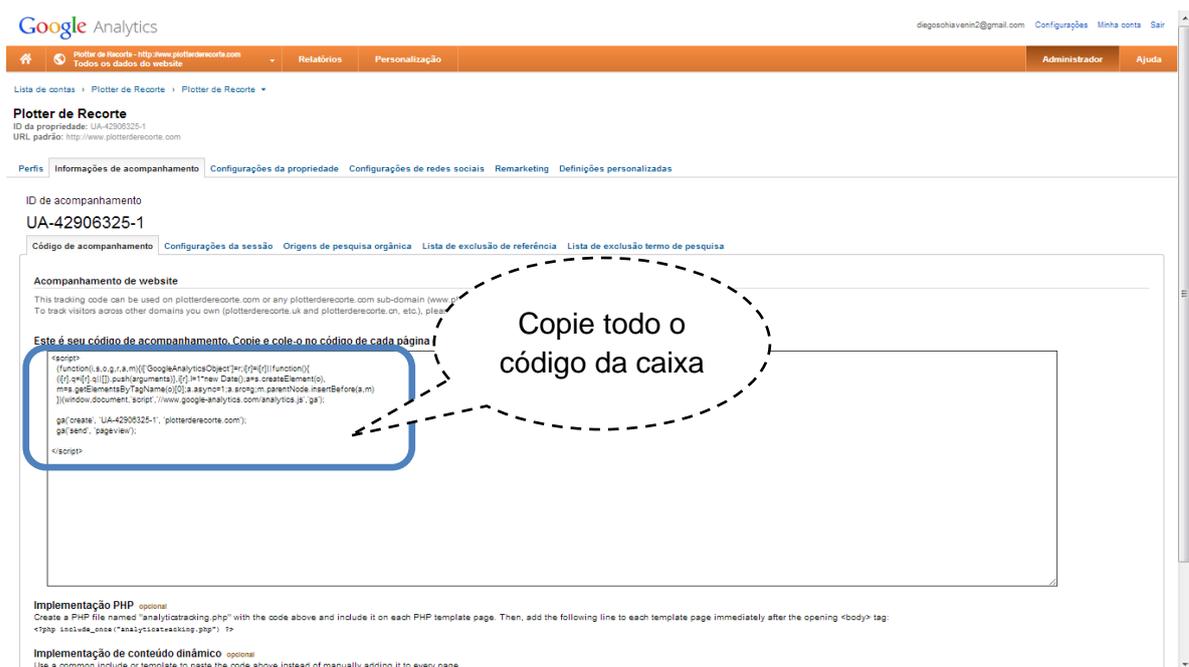
Forneça acesso a meus dados e minha conta do Google Analytics aos especialistas de marketing do Google e aos especialistas de vendas do Google, para que possam encontrar formas de melhorar a implementação e a análise, além de compartilhar dicas de otimização comigo. Se eu não tiver especialistas de vendas dedicados, fornecer acesso aos representantes do Google autorizados.

Aceite os termos de serviços depois de clicar em Obter ID de acompanhamento:



Copie o código de acompanhamento e cole no site antes da tag `<body>`

Caso você use um blog, instale-o utilizando alguma ferramenta de widget ou no editor do blog no arquivo: header.php



Google Analytics

diegoschiavenin2@gmail.com Configurações Minha conta Sair

Ploter de Recorte - <http://www.ploterderecorte.com>  
Todos os dados do website

Relatórios Personalização Administrador Ajuda

Lista de contas > Ploter de Recorte > Ploter de Recorte

**Ploter de Recorte**  
ID da propriedade: UA-42906325-1  
URL padrão: <http://www.ploterderecorte.com>

Perfis Informações de acompanhamento Configurações da propriedade Configurações de redes sociais Remarketing Definições personalizadas

ID de acompanhamento  
UA-42906325-1

Código de acompanhamento Configurações da sessão Origens de pesquisa orgânica Lista de exclusão de referência Lista de exclusão termo de pesquisa

**Acompanhamento de website**  
This tracking code can be used on [www.ploterderecorte.com](http://www.ploterderecorte.com) or any [ploterderecorte.com](http://www.ploterderecorte.com) sub-domain (www.ploterderecorte.com, www.ploterderecorte.br, etc.). Please do not use this code on other domains you own (ploterderecorte.uk and plotterderecorte.on, etc.), please.

Este é seu código de acompanhamento. Copie e cole-o no código de cada página

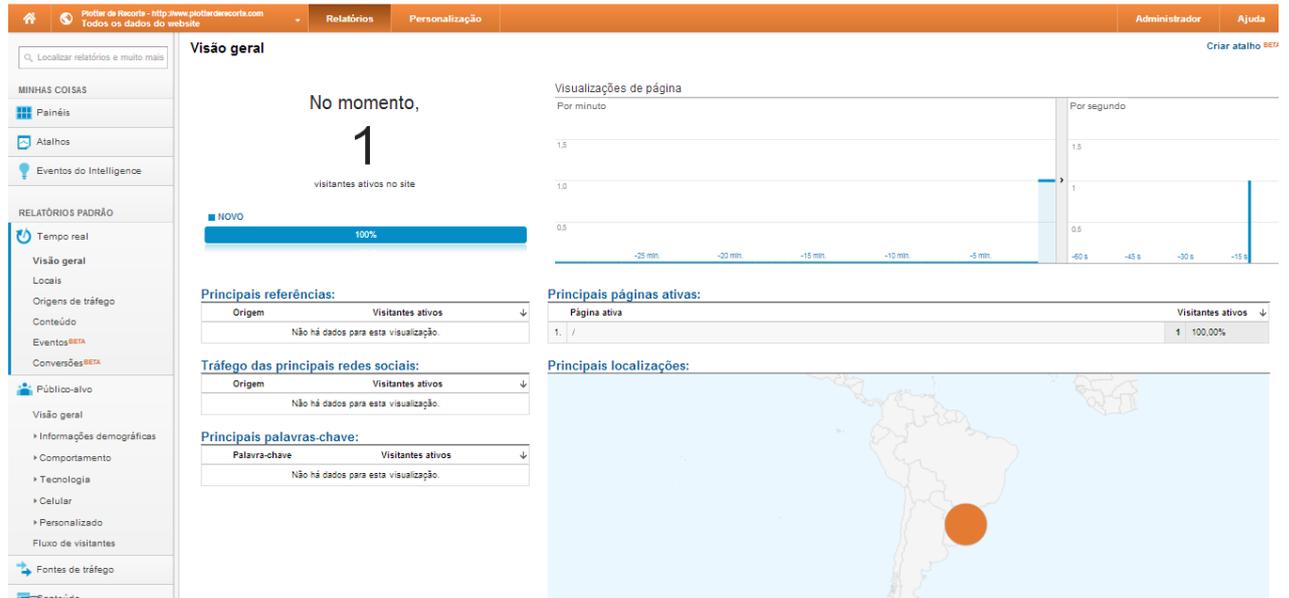
```
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){(GoogleAnalyticsObject=r){function(){}})(function(){var js,fo=document.getElementsByTagName("script");for(var i=0;i<fo.length;i++){if(fo[i].src.indexOf("analytics.js")>0){js=fo[i];break}};if(!js){var s=document.createElement("script");s.src="//www.google-analytics.com/analytics.js";document.getElementsByTagName("script")[0].parentNode.insertBefore(s,document.getElementsByTagName("script")[0]);}window.setTimeout(function(){ga("create","UA-42906325-1","ploterderecorte.com");ga("send","pageview");},10000);
</script>
```

**Implementação PHP** opcional  
Create a PHP file named "analytics/tracking.php" with the code above and include it on each PHP template page. Then, add the following line to each template page immediately after the opening `<body>` tag:  
`<?php include_once("analytics/tracking.php"); ?>`

**Implementação de conteúdo dinâmico** opcional  
Use a common include or template to paste the code above instead of manually adding it to every page

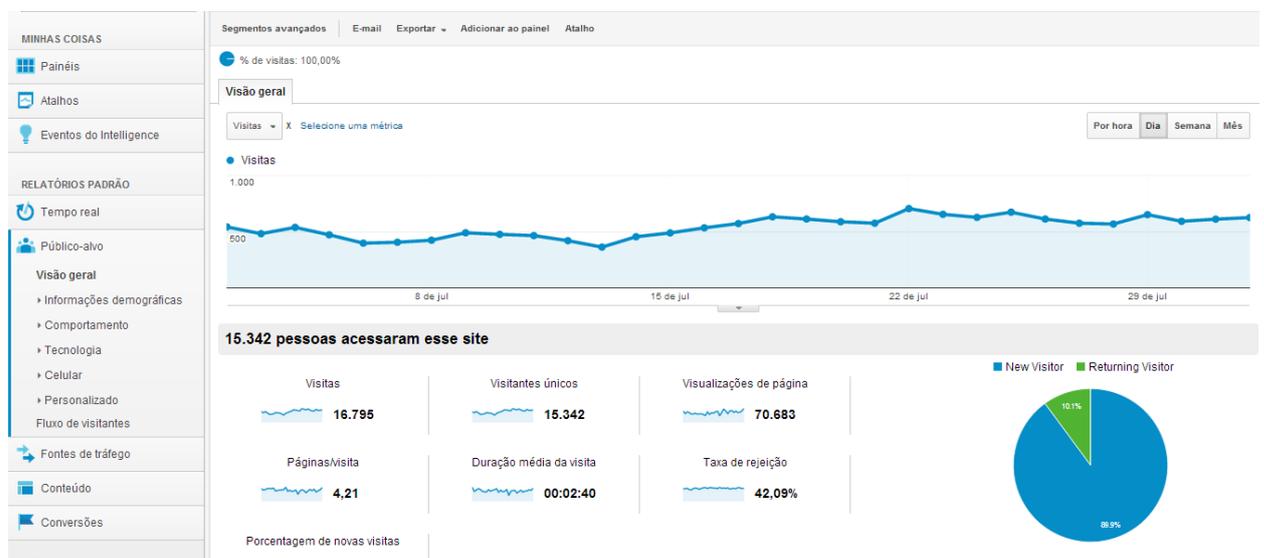
Depois de instalado faça um teste entrando no site, e ao mesmo tempo, veja se está funcionando a instalação do script de acompanhamento:

Clique em Home e depois Tempo Real -> Visão Geral:



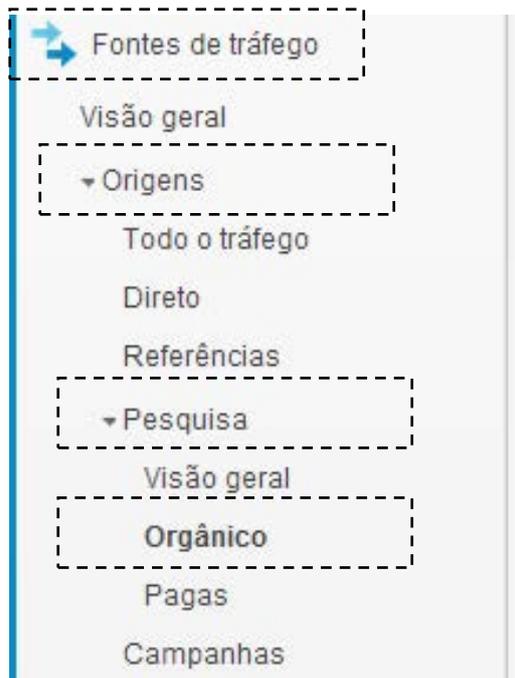
Se você estiver visitando o site ele irá mostrar uma tela parecida.

Com o tempo você irá ver mais resultados das suas visitas como a tela abaixo:

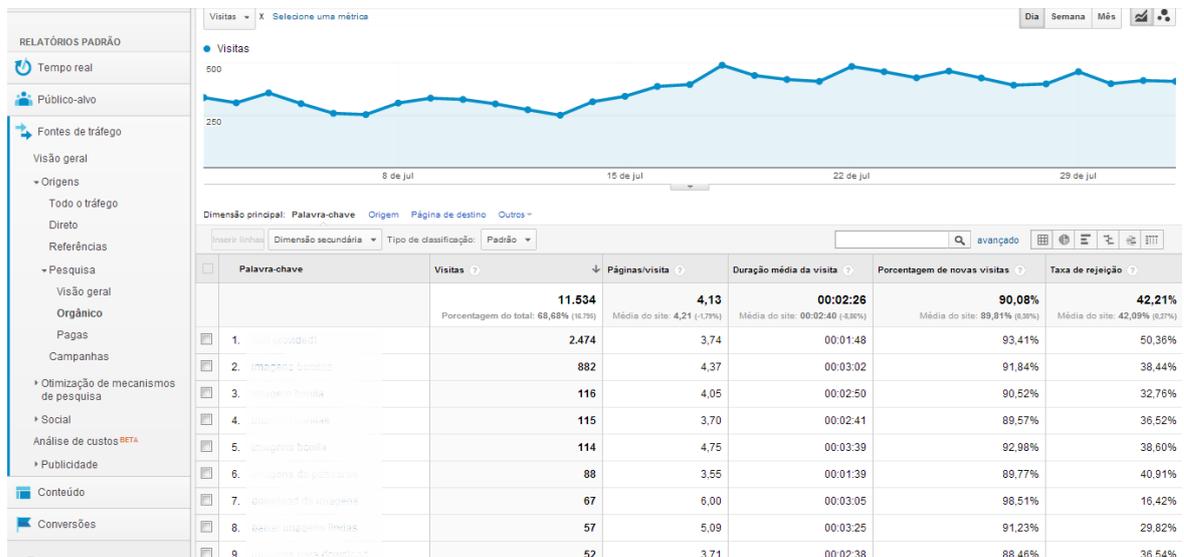


Para ver com quais palavras você está recendo as visitas escolha no menu:

Fontes de Trafego -> Origens -> Pesquisa -> Orgânico



Você vai ver a tela abaixo com a lista das palavras, quantidade de visitas e outras informações. Pode-se, ainda, filtrar por datas e outras opções.



## Google AdWords

O Google AdWords é uma ferramenta onde o usuário paga para receber visitas através da ferramenta de busca do Google.

Caso você não esteja aparecendo nas primeiras páginas dos resultados organicamente (da maneira que não seja por anúncios) ou queira aparecer melhor nas listagens, você pode usar esta ferramenta.

Um exemplo abaixo de como os anúncios são mostrados nos resultados de pesquisa:

The image shows a Google search interface for the query "comprar carro novo". The search bar is at the top, with the Google logo on the left and a search button on the right. Below the search bar, there are navigation tabs for "Web", "Imagens", "Mapas", "Shopping", "Vídeos", "Notícias", "Mais", and "Ferramentas de pesquisa". The search results are displayed below, starting with "Aproximadamente 1.740.000 resultados (0,45 segundos)".

Two advertisement sections are highlighted with red rounded rectangles:

- Left Ad Section:** Titled "Anúncios relacionados a comprar carro novo". It contains four ads:
  - Novo Fiat Punto 2014 - Lindo, Ousado, Tecnológico e Moderno** (punto.fiat.com.br/): "Novo Punto 2014. Um &#@ de um Carro"
  - Conheça o Novo Fox 2013 - Repleto de Tudo o que Você Mais** (www.vw.com.br/Novo\_Fox\_2013): "Admira Num Fox. Acesse! Ofertas - Serviços"
  - Renault - Renault.com.br** (www.renault.com.br/): "Conheça toda a Linha Renault e Mude a Direção já. Aproveite!"
  - Comprar Carro Novo e Seminovo - Confira! - Meu Carro Novo** (www.meucarronovo.com.br/comprar-veiculo/carro): "Pesquise e compre aqui seu novo carro. Temos cadastrados todos os veículos de todas marcas com uma grande variedade de ofertas de carros usados e ..."
- Right Ad Section:** Titled "Anúncios". It contains four ads:
  - Oferta - Nissan March** (www.nissan.com.br/PromocaoMarch): "O seu carro 1.0 japonês a partir de R\$ 27.690 a vista. Aproveite! Nissan Brasil tem 99.962 seguidores no Google+"
  - Carros Novos e Semi Novos** (carros.olx.com.br/carros): "Encontre seu carro novo ou usado ou anuncie o seu Grátis na OLX."
  - Oferta Carro Novo** (www.ford.com.br/Carro\_Ford\_Novo): "0800 703 3673 Confira Ofertas Incríveis da Ford para Você Comprar seu Carro Novo."
  - O Novo Carro da Ford** (www.newfiesta.com.br/Carros\_Novos): "Imbatível c/ os Carros Concorrentes Compare Você no Site do Novo Fiesta"

Os anúncios podem ser vistos nas áreas marcadas em vermelho, você irá pagar para cada clique que receber em seu anuncio.

Agora, vou mostrar um resumo de como criar seu primeiro anuncio:

Acessando o Google AdWords:

+Você Gmail Imagens  Fazer login



Search bar with microphone icon and buttons: Pesquisa Google, Estou com sorte

Publicidade Negócios Sobre Novos Política de Privacidade e Termos Configurações Google.com

Clique em Primeiros Passos



### Anuncie no Google

Os clientes que você procura estão procurando você no Google.  
Saiba mais

[Primeiros passos](#)

Se você preferir, configuraremos seu anúncio para você gratuitamente.  
Basta ligar para 0800 724 6646\*



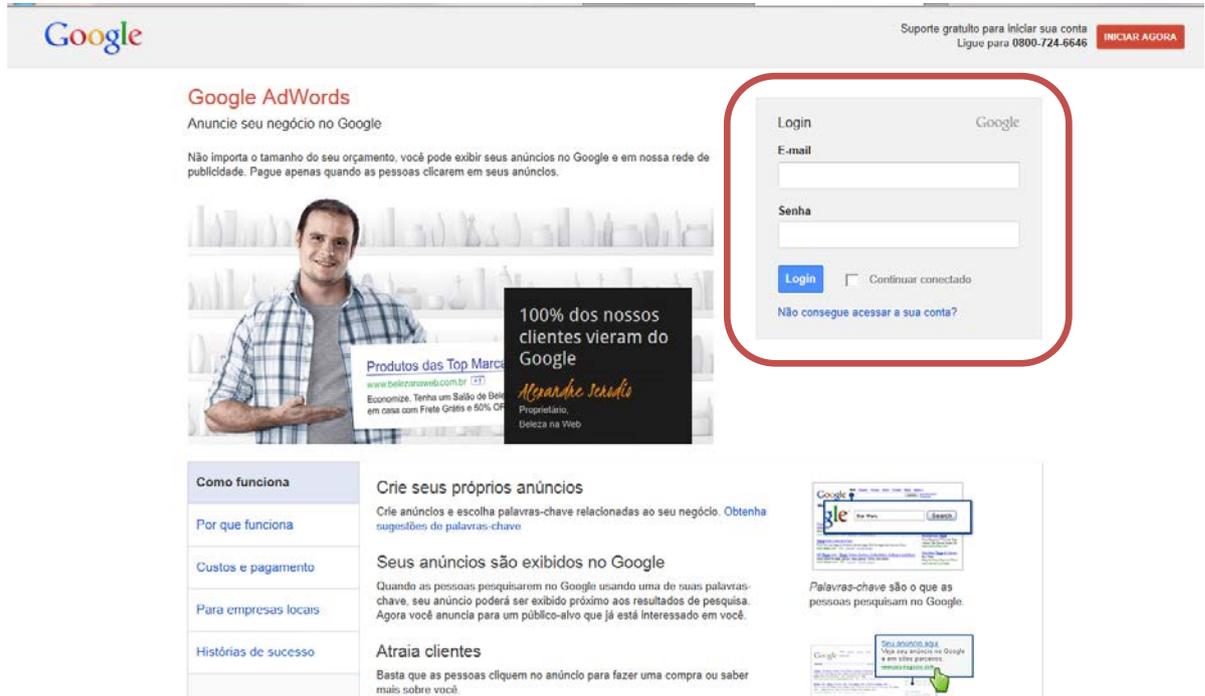
### Ganhe dinheiro com seu site

Exiba anúncios relacionados ao conteúdo de seu website.  
Saiba mais

[Primeiros passos](#)

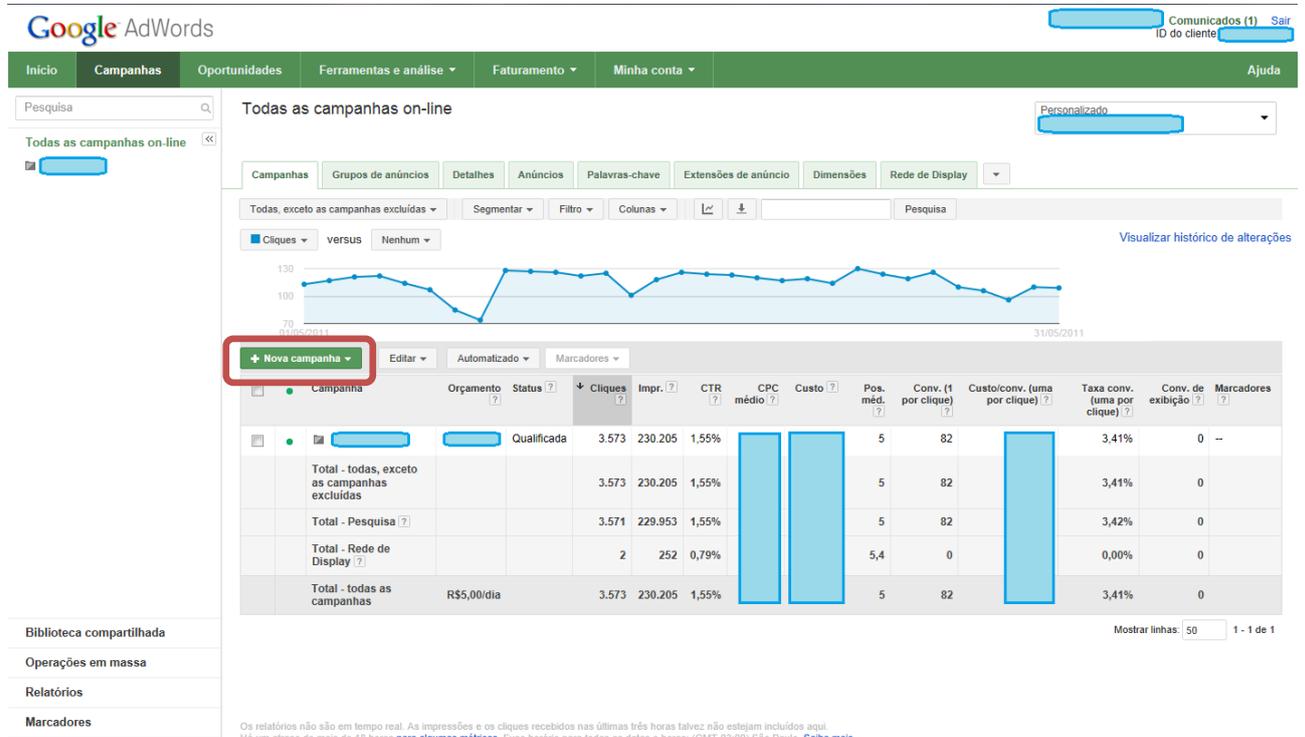
\* De segunda a sexta-feira, das 9h às 19h (horário de Brasília). Suporte por telefone disponível em português para novos clientes do Google AdWords localizados somente no Brasil. Sujeito à qualificação do website e da empresa.

Faça login com uma conta do Google.



## Criando uma campanha

Clique em: Nova Campanha



Escolha em quais locais você deseja que sua campanha apareça

The screenshot shows the Google AdWords dashboard. A red box highlights the 'Redes de Pesquisa e Display' section in the table below. The table lists various campaign types with their respective metrics.

Campanha	Orçamento	Status	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Pos. méd.	Conv. (1 por clique)	Conversões (uma por clique)	Taxa conv. (uma por clique)	Conv. de exibição	Marcaadores
<input checked="" type="checkbox"/> Redes de Pesquisa e Display			0,205	1,55%			5	82		3,41%	0	--
<input checked="" type="checkbox"/> Apenas rede de pesquisa			0,205	1,55%			5	82		3,41%	0	
<input checked="" type="checkbox"/> Apenas na Rede de Display			9,953	1,55%			5	82		3,42%	0	
<input type="checkbox"/> Video on-line			252	0,79%			5,4	0		0,00%	0	

Preencha as informações da campanha

The screenshot shows the 'Selecionar as configurações da campanha' screen. The campaign type is set to 'Redes de Pesquisa e Display - Padrão'. Under the 'Redes' section, both 'Rede de Pesquisa do Google' and 'Rede de Display do Google' are selected. Under 'Computadores e laptops, dispositivos móveis e tablets', 'Todos os aparelhos disponíveis' is selected. Under 'Locais', 'Todos os países e territórios' is selected.

Dica:

Tome cuidado com o valor que você quer gastar diariamente para não ter surpresas.

## Criação dos anúncios

Preencha os campos com os dados do seu anuncio e as palavras chaves no final.

Google AdWords

Comunicados (1) Sair  
ID do cliente

Início Campanhas Oportunidades Ferramentas e análise Faturamento Minha conta Ajuda

Selecionar as configurações da campanha Criar grupo de anúncios

Tipo: **Redes de Pesquisa e Display - Padrão**

Nomeie este grupo de anúncios

Um grupo de anúncios contém um ou mais anúncios e um conjunto de palavras-chave relacionadas. Para obter melhores resultados, tente concentrar todos os anúncios e palavras-chave deste grupo de anúncios em um produto ou serviço. [Saiba mais sobre como estruturar sua conta.](#)

Nome do Grupo de anúncios:

Criar um anúncio

Para dar os primeiros passos, basta escrever seu primeiro anúncio abaixo. Lembre-se de que você sempre poderá criar mais anúncios posteriormente. [Ajude-me a escrever um ótimo anúncio de texto.](#)

Visualização de anúncios: As visualizações de anúncios a seguir podem apresentar uma formatação um pouco diferente do que é exibido para os usuários. [Saiba mais](#)

Anúncio lateral

[Hotel Barato em São Paulo](#)  
www.example.com  
Limpo e perto do metrô.  
Desconto de 20% para estudantes!

Anúncio superior

[Hotel Barato em São Paulo - Limpo e perto do metrô.](#)  
www.example.com  
Desconto de 20% para estudantes!

As **extensões de anúncio** expandem o anúncio com informações adicionais, como um endereço comercial ou imagens de produtos.  
[Faça um tour.](#)

Palavras-chave

**Selecionar palavras-chave**

Seu anúncio poderá ser exibido no Google quando forem pesquisadas as palavras-chave que você escolher aqui. Essas palavras-chave também determinam as seleções manuais de canais que são boas correspondências para seus anúncios.

Dicas

- Comece com 10 a 20 palavras-chave.
- Seja específico: evite palavras-chave com uma única palavra. Escolha frases que os clientes usariam para pesquisar seus produtos e serviços.
- Por padrão, é feita a correspondência ampla das palavras-chave com as pesquisas para ajudar você a capturar uma variedade maior de tráfego relevante. Use os tipos de correspondência para controlar isso.
- Saiba mais sobre [como escolher palavras-chave eficazes.](#)

Insira uma palavra-chave por linha. [Adicionar palavras-chave por planilha](#)

Depois de finalizado você terá seu anúncio criado e campanha ativada.

## Redes Sociais

As redes sociais vieram para ficar em nossas vidas. Elas formam um canal muito bom que pode ser utilizado para chamar mais pessoas para visitarem o site da empresa ou para visitarem a sede física.

Você pode tentar viver sem usá-las, mas uma hora vai ter que se entregar, ainda mais com a popularização dos smartphones e tablets.

Aconselho você começar a usar o quanto antes, comece devagar e vá entendendo como tudo funciona.

## Como e onde gerar trafego?

1- Para gerar trafego para seu site, você pode criar primeiramente alguns perfis em redes sociais para sua empresa ou para você para fazer os usuários chegarem através do conteúdo que você escreve.

1.1 – Crie uma conta pessoal no [Facebook](#) (Rede Social) e uma Fanpage (Página da empresa ou pessoa pública) no [Facebook](#);

1.2 – Crie uma conta pessoal no [Google Plus](#) (Rede Social) e uma página da empresa no [Google Plus](#) e [Google Places](#) (Mostrar sua empresa no mapa do Google e nos resultados geolocalizados),

1.3 – Você também deve criar um canal no [Youtube](#) (Vídeos online) caso queira mais trafego através de vídeos;

- 1.4 – Crie um perfil no [Twitter](#) (Rede social para seguir os passos das pessoas com pequenos textos ou avisos de 140 linhas);
  - 1.5 – Crie uma conta no [Instagram](#) (Fotos via smartphones) caso você use IOS e/ou Android;
  - 1.6 – Crie uma conta no [Pinterest](#) (Rede social de compartilhamento de fotos);
  - 1.7 – Crie uma conta e uma página no [LinkedIn](#) (Rede social de negócios);
  - 1.8 – Crie uma conta e um local (Endereço da sua empresa física) no [Foursquare](#) (Rede social onde o usuário faz Check In em locais e estabelecimentos);
  - 1.9 – Crie contas em outras redes sociais que existem no seu segmento.
- 2- Toda a informação que você criar para sua empresa, deverá vir acompanhada com os links dos conteúdos do seu site em cada uma das redes acima. Tome cuidado para não exagerar nos links. É indicado você fazer algumas postagens sem links e outras com links. As redes sociais gostam que seus usuários fiquem o máximo de tempo nelas, ou seja, não gostam que seus usuários dirijam-se a outros locais.
- 3- Crie alguns posts (textos) linkando (adicionando o link do seu site/post) o conteúdo do site da empresa com uma imagem/resumo e um link

“http://” do conteúdo do site. Se você estiver bem engajado com seu público você irá receber visitas a partir destes sites, e isso também ajuda no ranqueamento social da sua página e nos resultados do Google, caso ele veja que você está presente e online nas redes sociais.

A seguir serão citados exemplos para a rede social Facebook, que hoje é a mais usada, mas uma boa parte dos conteúdos poderão ser usados também na rede do Google chamada Google Plus.

Facebook - link: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

Google Plus - link: [plus.google.com](http://plus.google.com)

Existem várias outras redes sociais pelo mundo e de vários segmentos, gostos e nichos. Escolha a rede que mais se encaixa no seu perfil.

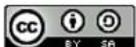
Para começar a usar uma rede para sua empresa você deve tomar alguns cuidados para não ser banido ou excluído. Já houveram casos de clientes que tiveram seus perfis ou fanpages excluídas do Facebook e Google Plus. Então, vou explicar algumas regras básicas para você entender como utilizar de uma forma correta as mídias sociais:

Siga esses simples passos:

1 – Não faça propagandas erradas! Crie campanhas colaborativas e interessantes, para que as pessoas curtam e compartilhem. Dessa forma, além de alcançar o público que já curte sua página, alcançará também os amigos da pessoa que compartilhou. Nunca faça campanhas pedindo curtidas, compartilhamentos ou a marcação de alguém;

2 – Não use texto em excesso. Muitas pessoas acessam as redes sociais sem muito tempo. Por isso, se o texto for muito longo, vai passar sem ser lido pela tela do usuário;

3 – Escolha a rede social que mais se encaixe com seu negócio. Existem milhares de redes, para os mais variados tipos ou segmentos de público. Veja exemplos na figura a seguir:



FredCavazza.net

Licença: Alguns Direitos Reservados por Fred Cavazza - <http://www.fredcavazza.net>

4 – Crie uma Fanpage no Facebook para usar a imagem da sua empresa. Caso você já tenha um perfil seu, e o utiliza para fazer este tipo de coisa, pare logo para não criar problemas.

5 – As campanhas da sua Fanpage podem ser compartilhadas pelo seu perfil, mas entenda que você deve tomar alguns cuidados. Os posts devem ter certa periodicidade, logo deve-se evitar o exagero de postagens e compartilhamentos. Essa atitude pode acarretar no bloqueio de sua página por spam (amostragem em exagero de informações que seus amigos ou fãs não gostam).

## Usando uma Fanpage para minha empresa

Agora que você já tem mais informações sobre as redes sociais, será explicado algumas boas práticas a serem adotadas em sua fanpage:

- 1 – Adicione mais fotos que textos;
- 2 – Ao adicionar um conteúdo, verifique se não é repetido;
- 3 – Adicione um pequeno texto (opcional) de no máximo 3 linhas a cada imagem postada na fanpage;
- 4 – Não coloque imagem com muito texto;
- 5 – Não adicione muitos posts com links externos. Os administradores do Facebook gostam que os usuários permaneçam no site;
- 6 – Ao patrocinar uma imagem veja se ela se encaixa nos termos do Facebook, um exemplo:

## 20% de texto e 80% de imagem



## Veja na imagem abaixo como é feita a contagem dos 20% do texto:



Essas regras são apenas algumas das muitas exigências feitas pelo Facebook. No entanto, são as mais básicas. Se estas informações forem seguidas à risca, dificilmente se terá problemas com sua fanpage. É importante estar sempre atualizado sobre as condições propostas pelas redes sociais, pois elas estão em constante atualização e o não cumprimento pode acarretar até mesmo da exclusão de sua página.

O mais indicado sempre é a contratação de alguém que tenha conhecimentos em marketing digital. Profissionais da área saberão os cuidados necessários para produzir seu conteúdo, sem correr o risco deste ser excluído e você perder todo o trabalho realizado.

[Clique aqui para ver no meu site se você tem a versão mais atualizada deste e-book.](#)

## **Youtube – Super Dica!** Poucos sabem, não espalhe.

Esta dica é uma das mais importantes para você conseguir enviar mais público para seu website.

Crie uma conta no Youtube com o nome da sua empresa ou algo parecido com o seu segmento ou produto principal. Adicione de um a três vídeos para começar.

1 - Escreva no começo da descrição do vídeo o link do seu site com <http://> na frente;

2 – Escreva um texto curto no vídeo, de preferência diferente dos textos do seu website;

3 – Adicione o link do vídeo do Youtube no final do texto;

4 - Adicione o vídeo do Youtube no seu site.

O Google adora quem usa as ferramentas dele. Essa técnica ajuda bastante as empresas e é bastante praticada fora do país.

Com as dicas citadas nesta área, você já vai conseguir aumentar bastante as visitas do seu site, mas lembre-se, o conteúdo tem que ser muito bem escrito e montado. Deve-se também manter uma atualização de informações constante no website.

## 2) **Atendimento** (usuários navegando no site)

O site deve ser muito bem formatado e pensado. O layout é o principal caminho para deixar seu usuário familiarizado com sua marca e sua empresa.

Tome cuidado com Templates Prontos (layouts de sites parecidos), pois eles foram feitos para um caso específico. Se o layout não contiver as cores da sua marca, se não for montado da maneira que seus clientes possam usá-lo da melhor forma, você irá perder dinheiro.

Você sabia que os mercados colocam os produtos nas prateleiras de forma que chamem sua atenção? Até mesmo quando se está de bobeira no supermercado, ou em busca de um produto específico, são usadas técnicas para fazer você comprar algo que não estava em seu plano ao sair de casa. Isso é chamado de “fisgar o pensamento do cliente”. Ou seja, na verdade quem está escolhendo o que comprar não é você e sim o estabelecimento comercial.

**Mas se esta técnica funciona no ambiente físico, porque não iria funcionar no ambiente online?**

- Veja as técnicas que você usa no mundo real e tente adaptá-las para o mundo virtual;
- Não use técnicas que sua empresa nunca utilizou só porque você viu seu concorrente fazer. Provavelmente seu adversário planejou, testou, adaptou e promoveu isso antes de qualquer coisa;
- Veja como seus concorrentes montaram o site;
- Veja como é feito o acesso para os clientes.

Mesmo fazendo esta pesquisa, você ainda tem centenas de formas de montar o site para manter seu cliente lá e fazer com que ele volte a acessá-lo em outras ocasiões.

## Check-list básico para você seguir:

- Usar no Layout do site as cores da minha marca;
- Montar o site com tecnologias atuais;
- Fazer o site funcionar em qualquer plataforma (Web/Mobile);
- Montar um wireframe do site (ou desenhar ele no papel);
- Testar o layout com várias pessoas antes de aprovar;
- Verificar se ele ficou fácil de acessar;
- Verificar se as áreas principais do site estão visíveis;
- Sempre adicionar quatro páginas básicas no site (*indicação*);
- **Home** com banner e com resumo com link para cada área;
- **Institucional ou Empresa** com texto e foto;
- **Serviços ou Produtos** pelo menos texto e foto;
- **Contato** com formulário, endereço e mapa da empresa.
- Testar o site antes de colocar ele no ar;

## **Agora vou explicar mais uma técnica**

**Vamos tentar pegar os dados do usuário que está visitando o site.**

Você deve adicionar ao site uma forma de contato ao vivo online. Pode ser um chat ou sistema de atendimento, por exemplo.

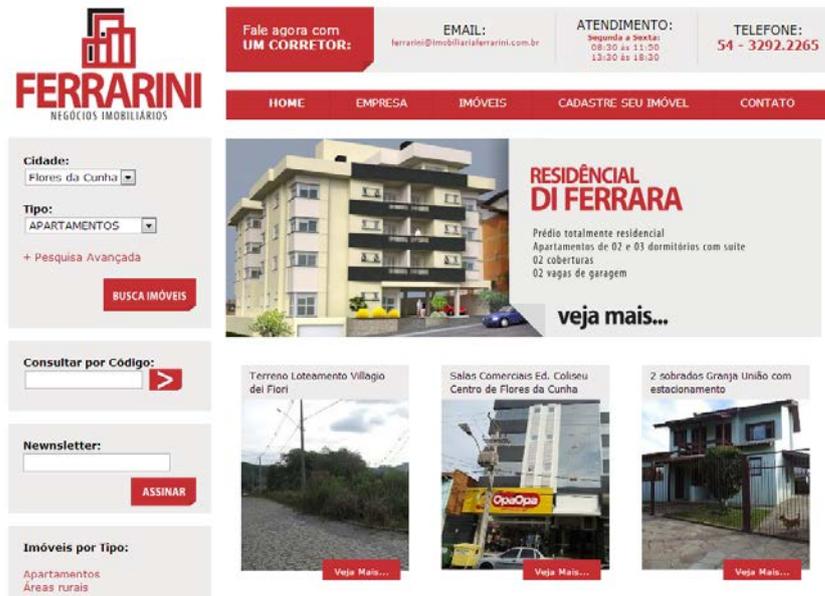
Programa para mostrar o atendimento online após o usuário atingir determinado tempo de permanência navegando no site. Às vezes, o cliente se interessa tanto por algo que permanece um tempo lendo e buscando mais informações sobre o produto/serviço. Nesse momento, deve aparecer uma tela solicitando se o usuário necessita de algum tipo de ajuda como o esclarecimento de dúvidas sobre o produto, por exemplo. Isso faz parecer que existe alguém de verdade ali esperando por ele. É o mesmo caso de quando entramos em uma loja, olhamos os produtos e um vendedor chega para atender-nos, ou seja, essa técnica tradicionalmente conhecida no universo off-line foi adaptada para o ambiente online.

Caso o visitante se interesse, faça-o adicionar o nome e o e-mail para acessar o atendimento. Assim você já pega os dados dele. A partir daí este usuário se torna o que conhecemos por lead, tema que será abordado posteriormente.

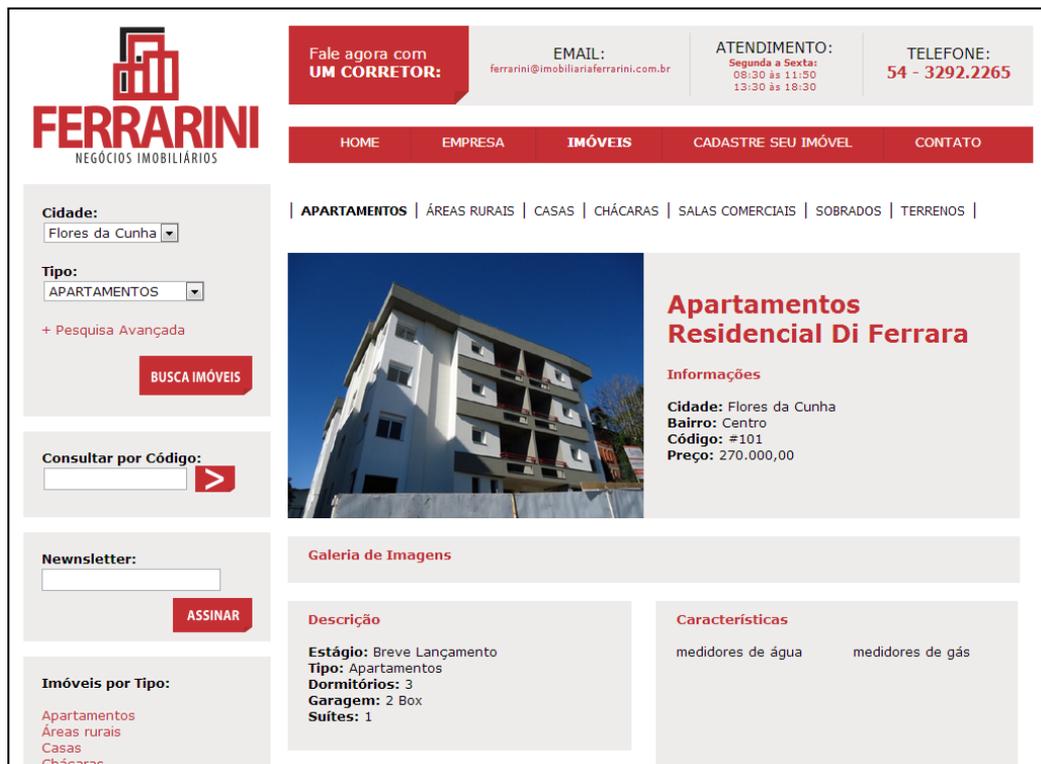
Usando este chat de atendimento você consegue deixar o usuário por mais tempo no site e quem sabe pode transformar este acesso em mais uma fonte de dinheiro para sua empresa.

## Veja nas imagens a seguir como irá funcionar a técnica:

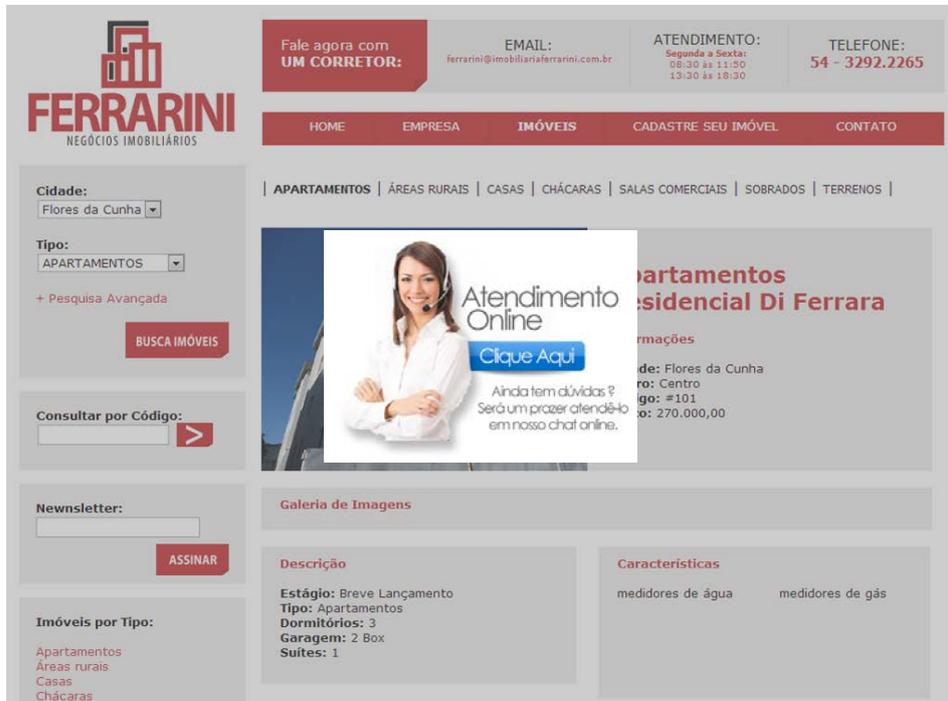
Abaixo o site:



O cliente, futuro lead, entra no site e escolhe um item que tem interesse e fica mais de 30 segundos lendo e/ou interagindo.



Quando se passarem 30 segundos de acesso, você mostra uma opção de CHAT online para o usuário no meio da tela.



Outro exemplo que pode ser usado: subir o botão de CHAT do lado direito de baixo do site.



Existem várias maneiras de prestar esse serviço. O ideal é fazer vários testes, os chamados testes A/B e ver qual o tipo de caso que gera mais conversões em contatos no CHAT.

Você pode usar esta tática em sites para venda de serviços ou comércio, não importa o segmento. Essa técnica é muito parecida com o atendimento em empresas do ramo de comércio, o cliente fica olhando os produtos ou catálogos, folders, serviços e depois de alguns segundos você pede se ele precisa de ajuda ou se ele gostaria de mais alguma informação.

Na vida real o cliente que fica muito tempo sem ser atendido sai da loja sem comprar e vai para a outro local onde o atendimento seja mais qualificado. Na internet, funciona da mesma forma. Pode acontecer, entretanto, de o internauta fechar o atendimento, mas mesmo assim essa estratégia ajuda muito na conversão de usuário para lead do site.

### 3) **Dados / Cadastro** (pegando os dados do cliente/leads)

Na sua empresa você pega os dados de seu cliente quando faz contato telefônico, em visitas ao estabelecimento, na troca de cartões e diversas outras formas. Uma empresa bem estruturada organiza esses contatos em seu mailing list e com isso consegue manter relações com os clientes.

Na plataforma online, também é possível fazer essa coleta de dados e trabalhar com eles de diversas formas. Algumas formas de conseguir com que o utilizador do site deixe informações é através da assinatura de newsletters, contatos de interesse e diversas outras táticas mais complexas.

Você deve trabalhar no site algumas formas de conseguir estes dados, existem várias formas: Newsletter, Contatos de Interesse e várias outras técnicas mais completas.

Com estes dados (nome e e-mail no mínimo), consegue-se trabalhar sua lista e manter o contato com os mesmos via e-mail, fazendo com que o usuário retorne ao site em outra ocasião.

Para você ter uma ideia e um exemplo de como isso funciona, acesse o site abaixo e veja como vou fazer para pegar as suas informações.

[www.planilhadegastos.com](http://www.planilhadegastos.com)

Aproveite e use a planilha de gastos para gerenciar-se ou organizar-se financeiramente. Neste site é possível se ter um senso de como coletar dados dos internautas.

**Planilha de Gastos**  
Planilha de Gastos Pessoal, Familiar e Empresarial

Faça agora o download Grátis da Planilha de Gastos 2014

**Faça agora o download Grátis da Planilha de Gastos 2014**

**Planilha de Gastos em Excel 2014**  
A planilha de gastos pode ser usada para controle ou orçamento financeiro pessoal, familiar, doméstico, de custos ou empresarial.

Mais de 30.000 pessoas já baixaram a planilha, ela está ajudando muitos a se organizarem financeiramente!

**DOWNLOAD GRÁTIS**

Neste site, o usuário é repassado para meu site pessoal, onde a planilha é oferecida gratuitamente para que as pessoas, físicas ou jurídicas, possam se organizar financeiramente.

Chamamos este tipo de página pelo nome de landing page, um site de uma página só que tem o intuito de chamar a atenção do usuário para capturar seus dados.

A coleta de dados poderia ser feita ainda na landing page, sem ter a necessidade de o usuário acessar minha página pessoal. Todavia, gostaria que o visitante acessasse meu site para ter mais conteúdo.

Lembrando que essa é apenas uma das técnicas que você pode usar. Tudo depende da sua criatividade, e da forma que você consiga adaptá-la ao seu formato de negócio.

Veja abaixo mais alguns exemplos de páginas de captura de dados:

The image shows two examples of data capture pages. The left page is for Monetate's '10 Best Practices For Website Testing, Targeting and Optimization' eBook. It features a form with fields for First Name, Last Name, Company, and Work Email, and an 'Access Now' button. The right page is for KingsleyJudd's 'Wine Investments' program. It features a form with fields for First name, Last name, Your email address, and Phone number, a 'Select a Country' dropdown, and a 'Download Now' button. Below the form is a 'WIN a Chateau Lafite Limited Edition Pen worth £1,200' promotion with a 'Download Now' button. The KingsleyJudd page also includes a 'Client login' link and a list of partner logos at the bottom.

Para pegar os dados do usuário você deve oferecer algo de valor para ele. Pode-se oferecer, por exemplo, dez dicas de interesse para que o visitante que está no site. Caso quisesse receber mais dessas dicas por e-mail (diariamente ou semanalmente), o internauta deve deixar seus dados. Assim, de simples visitante, o usuário passa a ser um lead, ou seja, um contato interessado em seu negócio ou produto.

## Técnica de um vendedor

Estas técnicas são muito utilizadas nos negócios e nas vendas. A seguir será apresentado um exemplo de diálogo entre um vendedor com um cliente ou prospect.

**Vendedor:** Olá, Cliente. Tudo bem?

**Cliente:** Olá, Vendedor. Tudo bem.

**Vendedor:** Você está precisando de um site novo? É isso mesmo?

**Cliente:** Isso mesmo, mas quero inovar muito neste novo site.

**Vendedor:** É isso mesmo, você deve fazer<sup>1</sup> um site novo! E aproveitar para inovar sua empresa na internet.

**Cliente:** Quero algo que mostre que minha empresa é grande!

**Vendedor:** Sim, vou te explicar o que você deve fazer.

**Vendedor:** Vamos fazer a coisa da forma certa<sup>2</sup>!

**Vendedor:**

- *Primeiro: você deve remodelar sua marca;*
- *Segundo: vamos montar uma identidade visual nova;*
- *Terceiro: você deve montar cartões novos, folhas timbradas novas, vestuário novo;*
- *Quarto: vamos montar um site com as cores da sua marca, vamos criar nele algumas formas para você ter retorno financeiro com o site;*

- *Quinto: podemos também montar campanhas de marketing para fazer o site e o seu negócio melhorarem bastante.*

**Cliente:** Que bom, é isso mesmo que eu preciso! Explique-me melhor algumas coisas e vamos ver os valores dos trabalhos para ver se eu posso fechar o serviço com você.

\* O diálogo acima é apenas um exemplo resumido. Uma venda real demora muito mais e tem mais coisas para serem mostradas e conversadas.

## Técnica da educação

Agora, será demonstrado mais detalhadamente o exposto na simulação de diálogo entre vendedor e cliente.

1 - Os sublinhados <sup>1</sup> e <sup>2</sup> são usados para técnicas que induzem o cliente a comprar com você, caso ele ainda não tenha certeza do que quer;

2 – O vendedor usou a técnica da educação, demonstrando ao cliente, em cinco passos, a forma como deve se posicionar na web. Isso faz com que o cliente perceba que o vendedor entende do assunto, o que irá lhe passar mais confiança para fechar negócio.

Essa tática ensina, mostra e explica ao cliente como funciona o seu trabalho. No entanto, por não dispor de tempo ou conhecimentos mais aprofundados na área, o cliente dificilmente obterá êxito se realizar o trabalho por conta própria. O bom vendedor dá os caminhos, mas não mostra os segredos técnicos do serviço. Deve-se também, ter cuidado de não passar a sensação de medo para o cliente, fazendo-o achar o conteúdo muito complicado e acabar desistindo do negócio;

3 – Essa técnica pode ser usada enviando alguns e-mails explicando para seus clientes, prospects ou leads com informações importantes, coisas que ajudem ele.

Você deve sempre enviar informações e dicas “quentes”, conteúdo bom, fazendo ele adorar a sua empresa. Quando você envia alguma oferta ou oferece algum serviço ele já vai estar acostumado com você.

Indica-se a técnica do 80/20, que consiste em utilizar 80% de conteúdo relevante e 20% de propaganda não abusiva. Você pode

pesquisar melhor seu mercado e tentar seguir em modelo diferente. Pode-se trabalhar, por exemplo, uma técnica de 70/30, mas siga um planejamento adequado para não enviar só propaganda.

A ideia é chamada de Príncipe de Pareto e explica que muitos fenômenos que acontecem da forma 80/20. Isso quer dizer, por exemplo, que 80% dos problemas são causados por 20% de causas ([veja mais informações aqui](#)). A teoria foi adaptada para o marketing e o livro A Cauda Longa traz uma clara explicação sobre isso.

Para a produção de e-mail marketing, indica-se a ferramenta [E-goj](#), que será abordada mais adiante, ela tem um plano grátis com 500 contatos para você iniciar e testar.

[Clique aqui para ver no meu site se você tem a versão mais atualizada deste e-book.](#)

## 4) **Produto / Serviço** (mostrando seus produtos e serviços)

O produto ou serviço deve ser muito bem mostrado para seus usuários. Quanto melhor for o conteúdo, fotos, vídeos, etc., maior será a quantidade de pedidos e orçamentos solicitados.

Será listado a seguir, pequenas dicas para você começar com o pé direito.

## - Produtos:

- Adicione uma quantidade de pelo menos entre três e cinco fotos;
- Adicione um título chamativo sobre o produto, mas não muito extenso;
- Adicione um resumo do produto;
- Adicione um texto completo e bem feito (lembre-se de não copiar conteúdos que já existem na internet ou na caixa do produto. Crie algo diferente e melhor);
- Adicione “tags”, que são palavras chaves que chegam a este produto. Se ao invés de site, você tiver um blog, não adicione mais que três tags;
- Adicione um vídeo incorporado da sua conta do Youtube.

## - Serviços:

- Adicione um título chamativo, mas não muito grande;
- Adicione pelo menos uma foto ilustrativa da prestação de serviço;
- Adicione um resumo do serviço;

- Adicione um texto explicativo e bem escrito, sempre lembrando de não copiar nada já existente e sim criar algo novo;
- Adicione tags (palavras-chave). Se ao invés de site, você possuir um blog, não recomenda-se adicionar mais que três tags;
- Adicione um vídeo incorporado da sua conta do Youtube.

\* Caso você tenha ou consiga produzir um vídeo em forma profissional de seu produto, adicione-o em seu canal no Youtube e em sua página do produto, conforme mostramos anteriormente na Área 1.

Esta prática auxilia muito no aumento da relevância de seu produto ou serviço.

## Mostrando o produto ou serviço

O site também pode conter um formulário logo no final da descrição do produto. Veja o exemplo abaixo:

The screenshot shows the website for 'faremac máquinas'. The header includes the company logo, phone number (54) 3292-5444, and a search bar. A navigation menu lists 'Home', 'Empresa', 'Produtos', 'Serviços', and 'Fale Conosco'. The main content area features the title 'Projetos Mecânicos' and 'Desenvolvimento de Maquinas Especiais' above an image of a mechanical part. Below this, the 'Produtos' section highlights the 'Porca Garra FPP500' with two small images of the machine. A detailed description follows, listing seven features of the machine. A video player is embedded, showing the machine in operation with the title 'Máquina Porca Garra Autom'. A 'Voltar' button is located below the video. The footer contains the website URL, copyright notice, phone number, and a 'serviço' icon.

**faremac**  
máquinas

(54) 3292-5444

Busca:

| Home | Empresa | Produtos | Serviços | Fale Conosco |

### Projetos Mecânicos

Desenvolvimento de Maquinas Especiais

**Produtos**

**Porca Garra FPP500**

Máquina destinada a colocação de Porcas Garra em assentos de cadeira, com alimentação automática de peças.

1. alimentação de peças automática.
2. porcas de todas as bitolas.
3. posicionamento de peças por panela vibratória.
4. força de aperto de Porca Garra 530kg.
5. pino guia para acertar o furo da madeira.
6. capacidade de produção 1800 peças/hora.
7. projeto conforme Porca Garra utilizada pelo cliente.

Máquina Porca Garra Autom

Voltar

<http://www.faremac.com.br> - Todos os Direitos Reservados © 2013. (54) 3292-5444

Para mostrar um produto de forma atraente você deve pensar no que seu consumidor vai querer ver e o sentimento que você deseja despertar nele.

Mostre uma ou mais imagens e escreva um texto que descreva o produto. Pense também em facilitar as coisas para seu cliente, colocando, por exemplo, um formulário ou opções para ele encontrar ou comprar seu produto.

The screenshot shows a website interface for a bakery. At the top is a navigation bar with links: HOME, EMPRESA, PRODUTOS, ONDE COMPRAR, SEJA UM DISTRIBUIDOR, DICAS E RECEITAS, and CONTATO. Below the navigation is a large header area with the word 'Produtos' in a stylized font and a small smiley face icon. A left sidebar lists various products under two categories: 'Produtos para Assar' and 'Produtos para Fritar'. The main content area features a large image of golden-brown fried bread balls, one of which is cut open to show a filling of meat and vegetables. Below the image, the product name 'Bolinha Recheio - Calabresa' is displayed in a red box. Underneath, the 'Ingredientes' section lists: Farinha de trigo, Leite em pó, Margarina, Leite, Recheio de calabresa, Farinha de rosca, Caldo de galinha, and Sal. The 'Modo de Preparo' section provides instructions for industrial frying: 'Orientação para fritura em fritadeira industrial: • Aquecer o óleo a 180°C;'. To the right of the ingredients and preparation text is a red box titled 'Onde Comprar' with the text 'Conheça mais sobre nossos distribuidores e locais que vendem nossos produtos.' and a 'VEJA MAIS' button with a plus icon. A small smiley face icon is also visible below the 'Onde Comprar' box.

HOME EMPRESA PRODUTOS ONDE COMPRAR SEJA UM DISTRIBUIDOR DICAS E RECEITAS CONTATO

## Produtos

**Produtos para Assar**

- Pão de Batata Recheio Calabresa
- Pão de Batata Recheio Frango e Catupiry
- Pão de Batata Recheio Palmito
- Pão de Batata Recheio Pasta de Alho
- Pão de Batata Recheio Presunto e Queijo
- Pão de Batata Recheio Requeijão
- Pão de Queijo Recheio Calabresa
- Pão de Queijo Recheio Chocolate
- Pão de Queijo Recheio Doce de Leite
- Pão de Queijo Recheio Goiabada
- Pão de Queijo Recheio Requeijão
- Pão de Queijo Tradicional

**Produtos para Fritar**

- Bolinha Recheio Calabresa

### Bolinha Recheio - Calabresa

#### Ingredientes

- Farinha de trigo
- Leite em pó
- Margarina
- Leite
- Recheio de calabresa
- Farinha de rosca
- Caldo de galinha
- Sal.

#### Modo de Preparo

Orientação para fritura em fritadeira industrial:

- Aquecer o óleo a 180°C;

**Onde Comprar**

Conheça mais sobre nossos distribuidores e locais que vendem nossos produtos.

VEJA MAIS

O produto ou serviço pode ser explicado sem o uso de imagens, caso o site já tenha muitas imagens juntas. Deve-se, no entanto, ter o cuidado de mostrar a informação completa para que seu cliente não tenha dúvidas caso deseje comprar seu produto ou contratar seus serviços.

Pode-se também adicionar um formulário para facilitar o contato do cliente. Isso fará com que o cliente não se perca no site e evitará que ele desista da compra.

The screenshot shows the Elus website interface. At the top, there is a navigation menu with the Elus logo and links for HOME, EMPRESA, SERVIÇOS, CLIENTES, PORTFÓLIO, INFORMAÇÕES, and CONTATO. Below the menu, the 'Serviços' section is displayed, listing various services with icons. The 'Gestão e Técnicas de SEO | Otimização de Sites' service is highlighted. To the right of this service, there is a detailed description of SEO and a contact form titled 'Melhore seu negócio agora! Solicite um orçamento:'. The form includes fields for Name, City, Phone, Email, and Message, with a 'ENVIAR' button at the bottom.

**Serviços**

Conheça nossos serviços e saiba porque escolher a Elus:

- Modelagem de Negócio
- Manual de Identidade Visual
- Criação de Sites e Webdesign, e-Commerce, Blogs, Landing Pages e Hotsites
- Gestão e Técnicas de SEO**
- Links Patrocinados
- Gestão de Mídias Sociais
- Marketing e Gestão de Conteúdo
- Gestão de E-mail Marketing
- Gestão de Publicidade Online
- Mensuração e Avaliação de Resultados
- Registro e Administração de Domínios e Hospedagem
- Portais de Conteúdo, Intranet, Extranet e Integrações e Sistemas Online

**Gestão e Técnicas de SEO | Otimização de Sites**

A técnica de SEO (Search Engine Optimization) ou como é conhecida no Brasil – Otimização de Sites – são a melhor opção para alcançar as metas e objetivos existentes no seu site. Este serviço é fundamental para um site se torne mais bem compreendido pelas ferramentas de pesquisa e como resultado, melhora o posicionamento dele nos resultados de uma busca.

A gestão de SEO consiste em estratégias para aumentar a exposição do seu site nos resultados de busca no Google: meta description, otimização onpage para títulos, URLs amigáveis, estratégias de link building e conteúdo.

*Transforme seu site numa intensa ferramenta de negócios!*

Para a Elus, a internet deixou de ser apenas uma opção, atualmente, é um canal de comunicação imprescindível e sua empresa deve fazer-se presente.

**Melhore seu negócio agora! Solicite um orçamento:**

Nome completo\*  
Cidade  
Telefone  
E-mail\*  
Mensagem\*  
Orçamento: Gestão e Técnicas de SEO | Otimização de Sites

\* Preenchimento obrigatório.

**ENVIAR**

## 5) Pedido / Solicitação de Orçamento (venda ou contato)

Para fazer uma venda ou obter um contato do usuário, primeiramente você tem que ter o site bem segmentado para sua empresa.

Para fazer vendas de produtos você deve ter um e-commerce ou, caso trabalhe com produtos específicos uma landing-page.

Já para a venda de serviços, uma landing-page ou um site normal com formulário é suficiente para receber pedidos ou solicitações.

Lembre-se de tentar facilitar a venda ou solicitação de contato. No comércio de produtos, por exemplo, forneça diferentes formas de pagamento, cálculo de frete, entre outros.

Oferecer um serviço é mais fácil do que um produto. Deve-se, contudo, mostrar muitas informações. Veja exemplos a seguir:

1 - Se o serviço é feito on-site (na casa do cliente);

2 - O valor do deslocamento;

3 – Mostre o valor, caso for possível;

4 – Explique a área de atuação. Deixa claro para o cliente se sua disponibilidade é local, regional, estadual, nacional ou internacional;

5 – Explique como funciona o serviço, o que faz parte e o que não faz parte dele;

6 – Faça uma página de ajuda ou FAQ explicando as dúvidas dos clientes;

7 – Mostre as formas de pagamento;

8 – Explique como funciona a garantia.

Com essas informações, se evitará muitos contatos com dúvidas e poderá até gerar um aumento na quantidade de pessoas pedindo por orçamento ou solicitando o serviço.

## O que fazer para vender?

Você deve criar um site com a intenção de tentar vender. Ele funcionará como uma vitrine, que vende os produtos sozinhos. Pode ser ainda que o cliente tenha chegado ao site por indicação de amigos ou familiares que já são consumidores de seu produto ou serviço. A seguir será apresentado o exemplo de um site de vendas, contendo apenas uma página.

**GOLDEN SANDS** MALDIVES

myoka Island Residence Club Radisson

**FIVE STAR MALTA**  
**£249 PER COUPLE PER WEEK**

Exclusive Preview Invitation:  
week-round availability, but hurry! Offers the good don't stay around forever

**APPLY NOW**

Full Name \*  
Telephone 1 \*  
Telephone 2  
Email  
**APPLY**

**SIMPLY SUNNY** | Award Winning Radisson Blu Resort & Spa, Golden Sands

- 7 nights luxury accommodation at one of Europe's finest hotels
- Picture perfect location commanding sea & countryside views
- First class amenities & Private fully-serviced beach
- Luxurious spacious rooms
- An array of restaurants & bars offering a choice of fine-dining options

**Certificate of Excellence**  
Since 2011  
Radisson Blu Resort & Spa, Malta Golden Bay  
tripadvisor

"a touch of luxury with a relaxing atmosphere"  
"an outstanding place to stay"  
"just like five star hotel"  
"a well managed hotel"

**SIMPLY PERFECT** | Malta, a Jewel in the Heart of the Mediterranean

- In the largest of the 3 inhabited islands that make up the Maltese archipelago
- Measures some 122 square miles, perfect for exploring!
- Enjoy a superb climate with over 300 days of sunshine a year
- Is home to some of the oldest Temples in the world
- Is a paradise for Water Sports from Kite surfing to diving
- Has approximately 11 beaches on which to relax & unwind

To take advantage of this exclusive offer simply complete the form above, or if you prefer, call us on **0845 854 2090**

This promotion is subject to terms and conditions and a certain number will apply.

© copyright 2014 Acacia Services Ltd

Conforme mostra a imagem, o site possui elementos variados que o tornam mais atraente para o consumidor. A oferta só é válida se o usuário cadastrar seus dados através do formulário disponibilizado, ou via telefone através do serviço de 0800.

Táticas de persuasão utilizadas:

- 1 – Demonstração de Autoridade;
- 2 – Exclusividade;
- 3 – Conteúdo bem escrito;
- 4 – Formulário para cadastro dos Leads para conseguir a oferta;
- 5 – Depoimentos dos clientes para convencer o usuário.

Veja na próxima página uma explicação completa desta landing page.



Autoridade



**FIVE STAR MALTA**  
**£249 PER COUPLE**  
**PER WEEK**

Exclusividade

Exclusive Preview Invitation: year-round availability, but hurry! Offers this good don't stay around forever

Formulário

**APPLY NOW**

Full Name \*  
  
Telephone 1 \*  
  
Telephone 2  
  
Email  
  
**APPLY**



Autoridade

**SIMPLY SUNNY | Award Winning**

- 7 nights luxury accommodation
- Picture perfect location commanding
- First class amenities & Private fully-serviced
- Luxurious spacious rooms
- An array of restaurants & bars offering a choice of fine-dining options

Conteúdo

**SIMPLY PERFECT | Malta, a Jewel in the Heart of the Mediterranean**

- Is the largest of the 3 inhabited islands that make up the Maltese archipelago
- Measures approx 122 square miles
- Enjoys a superb climate with over
- Is home to some of the oldest
- Is a paradise for Water Sports
- Has approximately 11 beaches

Depoimentos

To take advantage of this exclusive offer simply [complete the form above](#), or if you prefer, call us on **0845 054 2890**

**Certificate of Excellence**

MAY 2011  
Radisson Blu Resort & Spa, Malta Golden Bay  
tripadvisor

"a touch of luxury with a relaxing atmosphere"

"an outstanding place to stay"

"faultless five star hotel"

"a well managed hotel"

Entenda como o consumidor vai ver as informações, e o que poderia ter a mais neste site (landing page)

## **Exclusividade:**

O site mostra a foto do quarto;

Tem um preço atraente;

Mostra uma bela paisagem como vista da janela do quarto, uma exclusividade apenas daquele local.

## **Autoridade:**

Mostra um certificado de excelência;

Apresenta três empresas de grande porte as quais a marca é associada.

## **Depoimentos:**

Traz declarações positivas de outras pessoas que já visitaram o local.

## **Conteúdo:**

Tem um conteúdo bem produzido e completo.

**Formulário** *(Não faz parte da persuasão, mas é algo pensado para coletar dados):*

Tem um formulário bem visível com poucas, mas importantes informações: Nome, Telefones e E-mail.



## 6) **Confirmação** (envia a confirmação do pedido ou responde o contato)

O retorno do contato ou pedido feito pelo cliente deve ser confirmado o mais breve possível.

Faça uma mensagem de boas-vindas e diga que o pedido ou solicitação de orçamento está sendo processado e o retorno será dado em breve.

Sempre envie esta confirmação para o usuário ficar sabendo que você sabe que ele existe ou que você dá valor para ele.

Pode-se também enviar outras informações para o cliente, até mesmo solicitar mais dados, o que permitirá uma melhor seleção de clientela.

Use sempre o e-mail da empresa, se identificando assim como um representante desta.

Você pode fazer a confirmação automaticamente depois que o usuário compra ou solicita um orçamento pelo seu site. Abaixo um exemplo que o site envia automaticamente para o usuário que gostaria de baixar a planilha.

Veja a seguir o texto que o usuário recebe por e-mail.

Olá MARCOS,

Você pode fazer o download por este link: [Planilha de Controle de Gastos](#).

Você poderia por favor responder este e-mail confirmando o recebimento da planilha?

Agradeço muito pela resposta...

Aproveite também para curtir a nossa nova Fan Page: <https://www.facebook.com/ComoEconomizarDinheiro>  
Nela vou colocar novidades sobre a planilha e dicas para você economizar.

Caso queira suporte ou precise de ajuda favor entrar em contato!

Obrigado!  
Diego Schiavenin

O e-mail é enviado fazendo parecer que eu estou enviando a planilha pessoalmente para a quem a solicitou. Tem pessoas, inclusive, que enviam resposta agradecendo pela velocidade do envio, e o site faz tudo automático.

## 7) **Fechamento** (pagamento e formas de pagamento)

Você deve deixar bem claro para seu cliente como são as formas de pagamento de seu produto ou serviço.

Mostre no site as formas de pagamento que você trabalha. Caso haja diferenciais, como frete grátis ou desconto para pagamentos à vista, por exemplo, deixe isso bem claro.

Exemplo: [www.meusadesivos.com.br](http://www.meusadesivos.com.br)



**FRETE GRÁTIS PARA TODO BRASIL!**

**Medida: 58cm x 67cm - Valor: R\$ 34,90** | 3 X de R\$ 11,63 s/ juros. **COMPRAR**

**Medida: 100cm x 116cm - Valor: R\$ 69,90** | 3 X de R\$ 23,30 sem juros. **COMPRAR**

**Disponibilidade:** Produto em Estoque | **Cores:** Definir no final do pedido ou solicitar via e-mail.

**Pagamento:** A vista, Depósito, Boleto ou Cartão de Crédito.

Outro Exemplo:

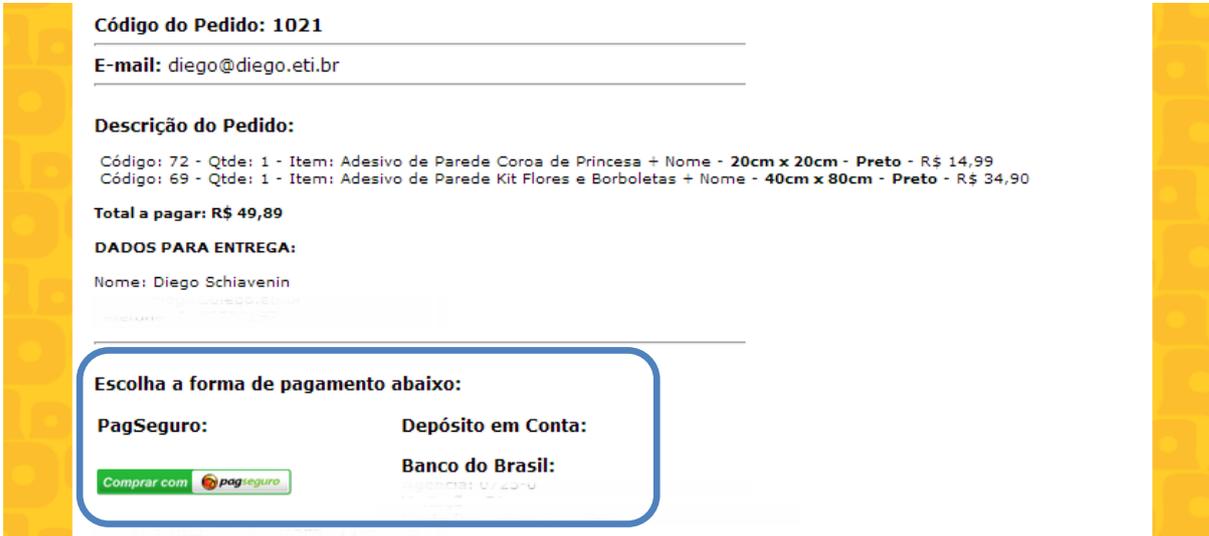


## Como cobrar pelas vendas ou serviços no site.

Existem algumas ferramentas específicas para realização de cobranças online. Veja exemplos a seguir:

1 - Gateways de pagamento diretos onde você se cadastra junto a operadoras de cartão de crédito, e paga uma taxa de 2% a 4% pelas vendas. Neste caso, o vendedor assume os riscos da venda, que podem ocasionar erros em 20% dos chargebacks. Por isso, este método não é muito indicado para quem está iniciando no meio.

2 - Pode-se também usar gateways de pagamento do tipo financeiros, como: Pagseguro, Moip, Paypal e de 6% a 8% pelas vendas, mas lhe repassam o valor do pagamento antes de 30 dias e assumem os chargebacks dos clientes caso não seja algo exagerado, exemplo:



Código do Pedido: 1021

---

E-mail: [diego@diego.eti.br](mailto:diego@diego.eti.br)

---

**Descrição do Pedido:**

Código: 72 - Qtde: 1 - Item: Adesivo de Parede Coroa de Princesa + Nome - 20cm x 20cm - Preto - R\$ 14,99  
Código: 69 - Qtde: 1 - Item: Adesivo de Parede Kit Flores e Borboletas + Nome - 40cm x 80cm - Preto - R\$ 34,90

**Total a pagar: R\$ 49,89**

**DADOS PARA ENTREGA:**

Nome: Diego Schiavenin

---

**Escolha a forma de pagamento abaixo:**

<b>PagSeguro:</b>  	<b>Depósito em Conta:</b> <b>Banco do Brasil:</b> 
--	---

Há ainda outras ideias, utilizadas em sites de e-commerce bem conhecidos. O importante é ter uma forma fácil e rápida para que seu cliente faça o pagamento.

## 8) Entrega / Produção (entrega do produto ou serviço)

Para realizar a entrega do produto pode-se utilizar o serviço dos correios, transportadoras ou motoboys. Tudo varia da localização geográfica do cliente e suas políticas de entrega.

Lembre-se que existem produtos que só podem ser entregues via transportadora, caso você envie via correios a mercadoria pode ser identificada como errada ou perigosa, ficando retida ou enviada de volta para você, criando um grande problema, tanto para empresa como para o cliente.

Para oferecer ao cliente a opção de ele mesmo calcular o frete para a região onde mora, basta utilizar ferramentas disponibilizadas pelo próprio site dos correios. Há, porém, que se tomar certos cuidados ao adotar essa medida. Essas ferramentas, quando não estão funcionando corretamente, dão como valor de frete a quantidade de zero reais. É necessário encontrar alguma forma de controlar esse problema, evitando perder o cliente ou dinheiro.

Você pode montar algo personalizado caso ofereça também serviços de envio via transportadora e motoboy.

Vale lembrar é que apesar de o cliente pagar antes de receber o produto, este deve chegar em ótimas condições e dentro do prazo de entrega. Caso alguns desses requisitos básicos não seja seguido o cliente pode pedir para cancelar a compra e solicitar a devolução do dinheiro.

Na próxima página vou dar algumas dicas breves para você pensar e seguir em seu negócio.

## Dicas básicas:

1 - Cuidado com a embalagem do produto e o meio de transporte utilizado para entrega. Se seu produto for frágil, pode chegar ao cliente danificado. Se a mercadoria não possuir seguro, quem terá que arcar com qualquer despesa é a empresa vendedora;



2 - Preste atenção nos prazos de entrega. Sempre que possível, faça com que o produto chegue ao cliente ainda antes do prazo final;

3 – Não esqueça que a lei protege o consumidor, e ele pode solicitar a devolução do dinheiro, pedir trocas ou até mesmo processar sua empresa por não fazer a entrega a tempo ou de forma correta;

4 – Cuidado ao vender produtos que você não tem em estoque ou que só está revendo para fazer a entrega direta para o consumidor (Drop-Shopping). Isso no comércio é ilegal e está no código de defesa do consumidor;

5 – Se você vender produtos importados, tome cuidado com taxas alfandegárias e impossibilidade de fazer Nota Fiscal. Isso gera um problema gigantesco para seu negócio;

6 – Calcule bem seus impostos para não perder muito dinheiro e ter dor de cabeça lá na frente. Na dúvida fale com um contador.

Exemplo:

Um usuário do Yahoo Respostas apareceu desesperado, pois ganhou de salário R\$ 20 mil em um ano, e vendeu R\$ 50 mil em produtos pela internet que foram depositados em sua conta corrente ou recebidos via internet. Esses produtos custaram para ele aproximadamente R\$ 40 mil, deixando para ele a impressão que teve R\$ 10 mil de lucro. O problema foi na hora de declarar o imposto de renda (famoso Carne Leão), para uma pessoa física os ganhos que passam do teto do ano são tarifados com um imposto que pode chegar a mais de 27%. No caso dele não tinha como ele falar para o governo que R\$ 40 mil foram pagos em mercadorias, ou que o imposto deveria ser calculado diferente. No final das contas ele teve que pagar uma alíquota de 17% sobre os R\$ 70 mil (Salário + Entradas na Conta) que somaram um total de R\$ 11.900,00, ou seja, uma valor maior que o ganho. Ele teve que tirar dinheiro dos ganhos do salário para pagar o imposto. Tome cuidado na hora de fazer os cálculos.

[Clique aqui para ver no meu site se você tem a versão mais atualizada deste e-book.](#)

## 9) **Pós-venda** (contato com o cliente após a entrega ou depois de feito o serviço)

Uma das etapas mais importante para seu negócio tanto físico como online é o pós-vendas.

O controle de pós-vendas é que decidirá se você irá vender novamente para o cliente. É esta atividade que lhe mostra melhorias que você pode fazer no seu produto ou serviço.

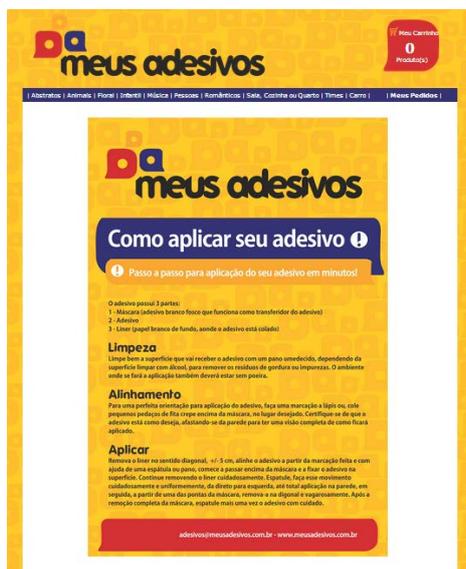
Exemplo: Este e-book tem como objetivo ser melhorado continuamente, por isso o coloquei na [versão 1.0](#). Peço a quem fez o download que entre em contato e sugiram melhorias e correções. Gostaria também de saber se o e-book ajudou a melhorar algo em seu negócio.

O pós-vendas pode ser feito via e-mail (e-mail marketing de pesquisa) ou telefone.

Nunca deixe de responder os contatos, dúvidas ou reclamações dos clientes enviados por e-mail. Caso você não responda existem sites gigantescos para esses clientes deixarem suas dúvidas e reclamações, um exemplo: Reclame Aqui: [www.reclameaqui.com.br](http://www.reclameaqui.com.br)

Se o produto ou serviço requer algum ajuda ou manual, não deixe de adicionar no site para mandar para seu cliente via e-mail depois da chegada do produto ou desenvolvimento do serviço.

Exemplo: Este manual vai como um folder junto com o adesivo, também vai por e-mail para o cliente e está disponível no site para baixar e imprimir.



## 10) Fidelização / Lembrança (fazer o cliente gostar da empresa e lembrar-se dela)

Ser lembrado é uma tarefa complicada, demanda bastante tempo de seu trabalho e você tem que aparecer muitas vezes para seu cliente.

Já no negócio online o trabalho é complicado, mas ele normalmente demanda mais tempo no começo, depois é só manter. A seguir vou explicar detalhadamente como fazer isso:

Primeiramente você tem que construir a sua lista de e-mails para ter para quem enviar suas novidades, ofertas ou notícias.

Cada e-mail que você envia para o seu cliente ou lead, é feito com o intuito de oferecer o melhor conteúdo possível, assim com o passar do tempo este consumidor acaba não se esquecendo de você, e começa a ler seus e-mails sempre que eles aparecem na caixa de entrada.

Esse processo causa uma lembrança grande por sua empresa. Indicamos enviar e-mails uma vez por semana no máximo e esperar 15 dias para enviar novos conteúdos.

Não se esqueça de enviar e-mails com conteúdo relevante e de qualidade para não perder seu contato.

No final deste capítulo vou deixar uma lista para você fazer a programação de 15 e-mails com datas específicas para o envio.

Existem ferramentas para envio de e-mails que devem ser usadas como E-goi, Awebber, Mailchimp e várias outras. Use as ferramentas para enviar e-mails e criar campanhas de lembranças e educação do seu lead.

Também tome cuidado de enviar e-mails somente para quem deseja receber estes e-mails. Hoje em dia você deve ter uma confirmação da pessoa por e-mail, ou assina em um formulário aprovando o recebimento de publicidade para evitar futuros problemas.

Se você está captando contatos com seus sites, não esqueça de colocar uma observação no cadastro falando sobre o envio de novidades para este e-mail.

O que eu indico para você começar para sentir o seu mercado, é ferramenta a [E-goi](#), ela é bem completa, tem um preço bom, e não vai deixar de atender as suas expectativas.

Veja abaixo um exemplo de uma boa pratica do cadastro de dados do seu usuário para envio de novidades:

Site:

<http://www.diego.eti.br/blog/2010/09/01/planilha-de-gastos-planilha-financeira-orcamento-financeiro/>

Agenda anual para controle de tarefas, reuniões, afazeres entre outros.

**Diferencial:**  
A planilha vai toda sem proteção, toda aberta justamente para caso você queira fazer alguma alteração na mesma, você consiga fazer sem problemas.

Para baixar a planilha preencha seus dados abaixo:

---

Seu nome (obrigatório)

Seu e-mail (obrigatório)

1 – Não irei utilizar seu e-mail para enviar spam, só enviarei novidades e não venderei seus dados para ninguém.  
2 – Você vai receber a planilha automaticamente em seu e-mail.  
3 – Se você não receber a planilha em até 30 minutos procure na sua caixa de spam ou anti-spam, pode ser que o e-mail esteja lá, mas se mesmo assim não estiver, solicite aqui no site mais uma vez.  
4 – Favor responder o e-mail recebido de volta para eu saber que você baixou a planilha.

## Campanhas de E-mail

Assunto do E-mail 1: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 2: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 3: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 4: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 5: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 6: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 7: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 8: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 9: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 10: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 11: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 12: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 13: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 14: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Assunto do E-mail 15: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

## Criando títulos interessantes para seu conteúdo/e-mail

Mude a informação que está dentro dos colchetes [].

Exemplo:

10 formas de criar um título para sua notícia

“[número] formas de criar [palavra-chave]”,

“[número] passos para [palavra-chave]”,

“Como [fazer algo] em [período de tempo curto]”,

“Os [número] segredos do [palavra-chave]”,

“O que não querem que você saiba sobre [palavra-chave]”,

“[número] erros mais comuns ao [fazer algo]”,

“[número] razões para [fazer algo]”,

“O que todos querem saber sobre [palavra-chave]”,

“Como não [fazer algo]”,

“Você comete esse erro básico em [algo]”.

Informação retirada do site Nerdow.

## 11) Retorno do Cliente (continuar visitando para compras futuras)

É mais fácil vender para quem já comprou de você, do que para quem nunca comprou.

Para fazer o cliente voltar ao site ou para que ele continue recebendo e-mails crie campanhas ou descontos para clientes antigos. É sempre bom manter o relacionamento com os consumidores.

Você pode fazer uma lista de e-mail de compradores e fazer campanhas só para eles com ofertas exclusivas, aviso de novidades e outras coisas que você usa hoje em seu negócio.

Não se esqueça de seus clientes, eles merecem um tratamento especial sempre, pois eles fazem ou fizeram seu negócio evoluir.

## Referências

REED, Jon. Get up to speed with online marketing. 1. ed. São Paulo: Lafonte, 2012.

ADOLPHO, Conrado Vaz. Os 8Ps do Marketing Digital. 1. ed. São Paulo: Novatec, 2011.

GABRIEL, Martha. Disponível em <<http://www.martha.com.br>>.

MARTIN, Gail Z. 30 days to social media sucess. 1. ed. Rio de Janeiro: Best Business, 2012.

[Clique aqui para ver no meu site se você tem a versão mais atualizada deste e-book.](#)