

Checklist **prático** para geração de leads

Neste guia prático para geração de leads, você aprenderá como criar e organizar o seu site para que ele atraia mais visitantes ao seu negócio!

Confira todos os campos:



1. home

- ✓ Em sua homepage, escreva um conteúdo atrativo e objetivo para que os contatos continuem a leitura e caminhem pelo site. Mesclre com outros elementos, como títulos e subtítulos chamativos;
- ✓ Acrescente imagens e call to action (CTA) para que seus contatos convertam e sejam redirecionados a outros conteúdos relevantes;
- ✓ Adicione uma barra lateral com uma seção de leituras obrigatórias. Assim, as pessoas conseguirão encontrar o melhor conteúdo logo quando entram em seu site e, de quebra, serão direcionadas ao blog;
- ✓ Dê destaque para, no mínimo, 5 posts atrativos em sua home e/ou aos últimos posts mais acessados do seu blog;
- ✓ Faça o SEO do seu site e conteúdos para que sejam bem ranqueados pelo Google. Isso vai ajudar você a ter mais tráfego orgânico e a reduzir os investimentos em mídias pagas.

2. conteúdo

- ✓ Escreva títulos que chamem a atenção na home do seu site;
- ✓ Defina um tom de voz consistente para seu público. Assim, fica mais fácil passar a informação sobre seus serviços ou produtos;
- ✓ Crie conteúdos no seu blog para os diferentes estágios do funil de vendas;
- ✓ Amarre as necessidades e dores do cliente com as soluções oferecidas pelo seu negócio;
- ✓ Acrescente sempre CTAs claros e concisos para todos os seus conteúdos;
- ✓ Faça o SEO nos conteúdos do seu site e do blog para que eles sejam bem ranqueados pelo Google.



3. call to action

- ✓ O layout do CTA precisa ser de destaque em relação aos demais itens da página;
- ✓ Deixe claro qual a ação que você quer e espera que o visitante faça em seu site;
- ✓ Utilize verbos que identifiquem a ação que você deseja. Por exemplo: baixe agora, baixar material, receber material, clique e confira, baixar planilha gratuitamente;
- ✓ Tenha pelo menos um CTA visível quando a página for carregada.



4. landing page

- ✓ Utilize um layout para as landing pages que seja objetivo e ofereça uma boa experiência ao usuário;
- ✓ Crie uma oferta com título chamativo para a sua landing page;
- ✓ Faça uma descrição curta e que explique o valor da oferta de forma clara;
- ✓ Inclua pelo menos uma imagem para ilustrar a sua oferta;
- ✓ Crie um formulário que contenha apenas os campos necessários para captar os dados dos contatos no processo de qualificação dos leads. Por exemplo: nome, e-mail, empresa e cargo;
- ✓ Formule uma thank you page (página de agradecimento) para direcionar o lead depois do preenchimento dos dados no formulário de contato;



- ✓ Informe na thank you page que o conteúdo que o usuário quer será enviado por e-mail. Dessa forma, é possível validar o endereço eletrônico inserido no formulário;
- ✓ Acrescente na thank you page pelo menos um novo CTA para levar o usuário a outros conteúdos referentes ao assunto;
- ✓ Não inclua menu de navegação ou outros elementos na landing page que possam distrair o usuário e fazê-lo sair da página;
- ✓ Faça testes de velocidade de carregamento, pois o usuário abandona páginas lentas com facilidade. Uma sugestão é o PageSpeed Insights;
- ✓ Execute testes de 5 segundos antes de publicar sua landing page. Peça para alguém ver a página por poucos segundos e dizer do que se trata a oferta;
- ✓ Se o colaborador não conseguir dizer qual o objetivo da página, será preciso rever todo o conteúdo até que ele fique claro.

5. formulário de contato

- ✓ Seja simples e objetivo quando for pedir informações para o contato. Por exemplo: no cadastro em uma newsletter, só é necessário preencher o e-mail. Não solicite outros dados;
- ✓ Tenha uma sequência lógica quando criar um formulário. Por exemplo: nome, e-mail, telefone;
- ✓ Deixe o campo que está sendo preenchido em destaque. Caso o usuário se perca, conseguirá se localizar com facilidade;
- ✓ Informe a validade e erros das informações inseridas no formulário antes de o contato clicar no botão finalizar. Assim, se tiver algo preenchido incorretamente, aparecerá logo;
- ✓ Deixe sempre claro quais campos são obrigatórios ou opcionais;
- ✓ Evite colocar o botão de limpar, pois o usuário pode clicar sem querer e perder tudo o que já preencheu.

