

INTERNET PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

Táticas para construir uma presença de sucesso na internet

COMO CRIAR UM **SITE** DE SUCESSO

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas

Quem tem conhecimento vai pra frente | sebrae.com.br

INTERNET PARA
PEQUENOS NEGÓCIOS

Táticas para construir uma presença de sucesso na internet

COMO CRIAR UM
SITE DE SUCESSO



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

© 2011. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Informações e contatos:

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Unidade de Capacitação Empresarial – UCE
SGAS 605 – Conjunto A – Asa Sul – 70.200-645 – Brasília / DF
Telefone: (61) 3348-7168
Site: www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor Presidente

Luiz Barretto

Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação Nacional

Michelle Carsten Santos

Consultor Conteudista

Edgar Powarczuk – Powarczuk Estratégias de Relacionamento Ltda.

Consultora Educacional

Élida Maria Loureiro Lino

Equipe Técnica

Alcionei Rocha dos Santos – Sebrae/SC

INTERNET PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

Táticas para construir uma presença de sucesso na internet

COMO CRIAR UM **SITE** DE SUCESSO



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

Sumário

APRESENTAÇÃO 6

CAPÍTULO 1 — ENTENDA O QUE É UM *SITE* 8

O *site* é o seu endereço na internet 10

CAPÍTULO 2 — A IMPORTÂNCIA DE UM *SITE* EMPRESARIAL 12

Sua empresa sempre próxima dos clientes 14

CAPÍTULO 3 — ALGUNS EXEMPLOS DE *SITES* 16

Alguns exemplos de pequenas empresas que já estão na internet 18

CAPÍTULO 4 — CONECTANDO A SUA EMPRESA COM A INTERNET 24

Questões técnicas necessárias para sua conexão 28

CAPÍTULO 5 — HORA DE PRATICAR30

Tutorial para criação do seu *site* empresarial 32

PASSO 1 — Obter um endereço na internet 32

PASSO 2 — A hospedagem do seu *site*..... 34

PASSO 3 — Ferramentas para construir o próprio *site*..... 36

PASSO 4 — Conteúdo relevante 41

PASSO 5 — Medindo o resultado..... 44

CAPÍTULO 6 — CUIDADOS NECESSÁRIOS.....48

Não cometa erros primários! 50

CAPÍTULO 7 — RECURSOS ADICIONAIS PARA O SEU *SITE*..... 58

Dicas que podem tornar seu *site* ainda mais interessante 60

CONSIDERAÇÕES FINAIS 66

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 70

Apresentação

A internet é um meio de comunicação capaz de unir indivíduos em todas as partes do mundo, abrangendo bilhões de pessoas. Somente no Brasil, o número de usuários já ultrapassa os 75 milhões, o que representa 37,8% da população, incluindo todas as classes sociais e econômicas. O mundo virtual destaca-se por agregar todos os tipos de conteúdo e hoje ele é utilizado como a grande ferramenta de busca de informações.

Apesar disso, muitos empresários ainda pensam que pouca gente acessa a internet. Na verdade, o número de usuários no Brasil vem crescendo rapidamente. Entre os anos 2000 e 2010, a quantidade de internautas brasileiros cresceu 1.418,9%¹. Cerca de metade desses usuários acessam em *lan houses* e integram as classes C, D e E.

Mesmo com este mundo de oportunidades, mais da metade das empresas – especialmente as pequenas – ainda não tem um *site* próprio. E mais, grande parte das empresas que já atuam na internet possui páginas que utilizam pouco os recursos disponíveis.

Uma das principais formas de uma empresa ficar disponível para todo esse enorme público é tendo o próprio *site* na internet. Nele, serão apresentados a empresa e os produtos/serviços. É um meio eficaz e estratégico para atingir o público de interesse, em que o seu negócio poderá ser conhecido e acessado por qualquer pessoa, mesmo que esta esteja em outro continente.

¹<http://www.internetworldstats.com/top20.html> (2010)






No *site* da empresa é possível inclusive realizar vendas. Estima-se que, em 2011, cerca de R\$ 20 bilhões serão movimentados no comércio *online*. Além disso, 94% dos internautas pesquisam sobre produtos e serviços antes de comprar. Se a sua empresa ou o seu produto não estiver presente na internet, há uma boa chance de o seu cliente (ou o potencial cliente) comprar de seu concorrente.

“Esta cartilha mostra como desenvolver seu *site* e inserir sua empresa no mundo digital. Além de conhecer as vantagens e obstáculos que o empresário precisa superar para usar melhor a internet nos negócios”

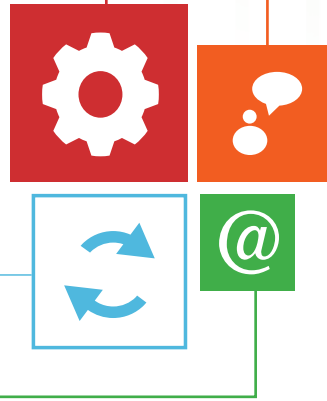
Toda menção a empresas e/ou marcas contidas nesta cartilha **Como criar um *site* de sucesso** tem o propósito único e exclusivamente ilustrativo.

Sucesso!



A close-up photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The person is wearing a blue long-sleeved shirt. The background is blurred, showing a yellow surface. A semi-transparent red rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing white text.

O *site* ou *website* é um dos mais importantes espaços que uma empresa pode ter na internet. Em resumo, um *site* é um local na rede mundial de computadores onde estão reunidas informações sobre determinado tema — uma pessoa, uma empresa, notícias, piadas, vídeos etc. — podendo ser acessado por qualquer usuário no mundo que conheça seu endereço. No caso de um *site* empresarial, ele deve apresentar informações da empresa. É como se fosse sua sede dentro da internet. Portanto, deverá ser o ponto central da sua estratégia de comunicação virtual com os clientes.



ENTENDA O QUE É UM *SITE*

Entenda o que é um *site*

O *site* é o seu endereço na internet.

O site é o seu endereço na internet

O *site* ou *website* é um dos mais importantes espaços que uma empresa pode ter na internet. Em resumo, um *site* é um local na rede mundial de computadores onde estão reunidas informações sobre determinado tema – uma pessoa, uma empresa, notícias, piadas, vídeos etc. – podendo ser acessado por qualquer usuário no mundo que conheça seu endereço. No caso de um *site* empresarial, ele deve apresentar informações da empresa. É como se fosse sua sede dentro da internet. Portanto, deverá ser o ponto central da sua estratégia de comunicação virtual com os clientes.

Você acha que não precisa de um *site*, pois o seu cliente nem usa a internet? Pense que ele pode estar lá e você ainda não sabe! Nos dias de hoje, a internet não é apenas para as classes A e B. Muito pelo contrário, já em 2008, 53% dos internautas do País situavam-se nas classes C, D e E.

Saiba ainda que 94% dos internautas brasileiros² pesquisam sobre os produtos e serviços que pretendem comprar ou contratar. Sua empresa precisa ter um *site* para se apresentar diante desses potenciais consumidores.

A internet não tem fronteiras geográficas, ou seja, por meio de um *site* empresarial, você pode conquistar clientes de qualquer lugar do planeta. Os computadores estão ficando cada vez mais acessíveis e as redes de conexão chegando a cidadezinhas do interior. Seu *website* fará sua empresa chegar lá também.

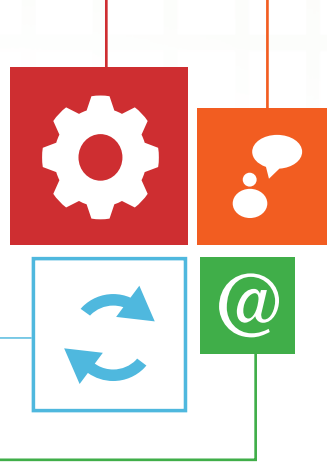
²Cetic Brasil promovida pela CGI.br (2009)







Uma empresa que possui um *site* é uma empresa que existe de fato na internet. Se a sua empresa não está presente na rede mundial de computadores, está perdendo a oportunidade de prospectar os 75 milhões de brasileiros — 37% da população — que a utilizam. Atualmente, o brasileiro é quem fica mais tempo na internet, em termos mundiais. Computadores já são mais vendidos que televisores.



A IMPORTÂNCIA DE UM *SITE* EMPRESARIAL

A importância de um *site* empresarial

Sua empresa sempre próxima dos clientes

Sua empresa sempre próxima dos clientes

Uma empresa que possui um *site* é uma empresa que existe de fato na internet. Se a sua empresa não está presente na rede mundial de computadores, está perdendo a oportunidade de prospectar os 75 milhões de brasileiros³ – 37% da população – que a utilizam. Atualmente, o brasileiro é quem fica mais tempo na internet, em termos mundiais. Computadores já são mais vendidos que televisores.

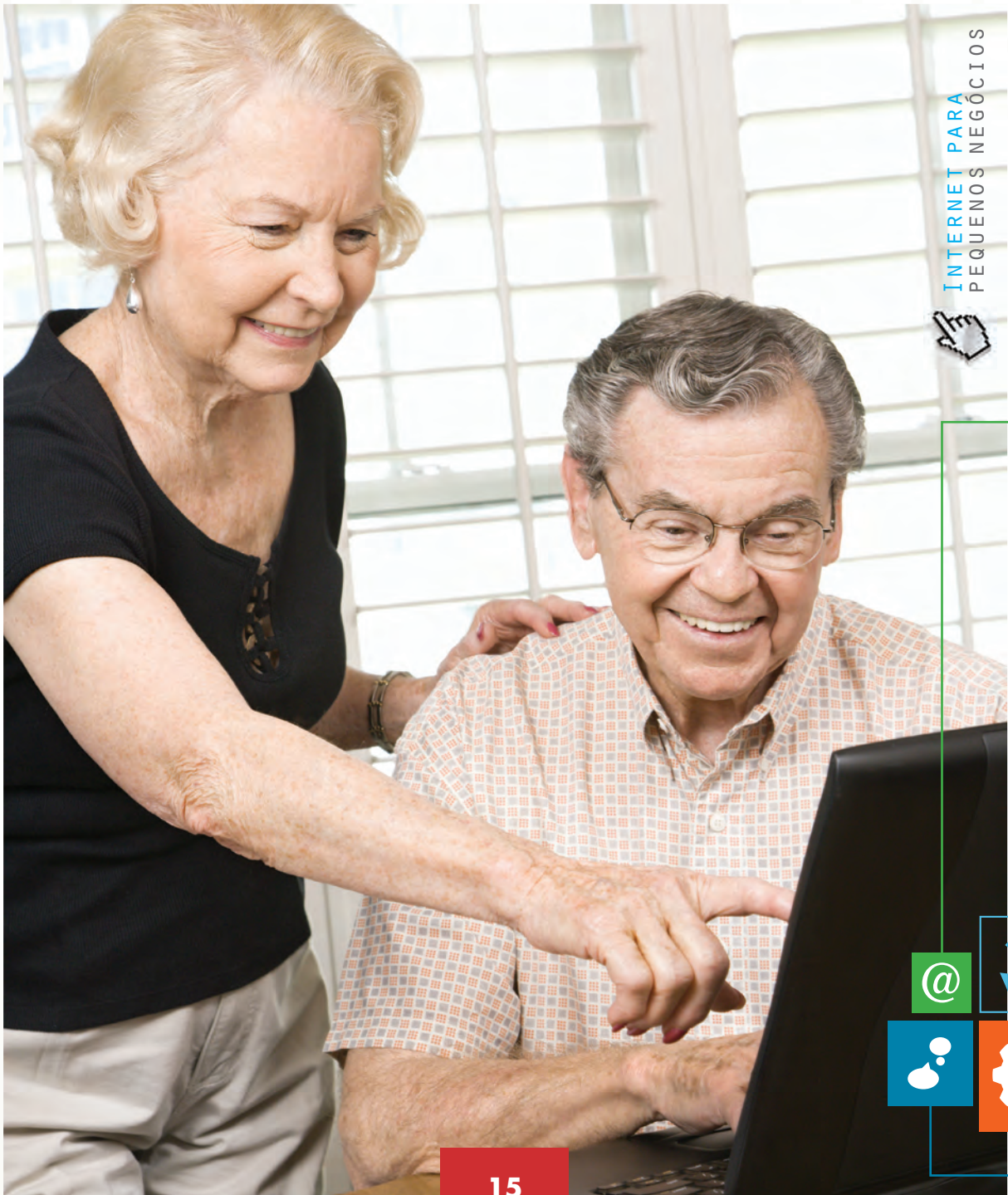
Veja alguns números sobre *sites* empresariais no Brasil⁴:

- 51% das empresas brasileiras possuem um *site* próprio.
- 45% das empresas com até 49 funcionários possuem *site*.
- 72% das empresas com 50 a 250 funcionários possuem *site*.
- 13% estão na internet por meio de um *site* que não lhe pertence.
- 27% dos *sites* empresariais oferecem suporte pós-venda.
- 52% apresentam catálogos de produtos e/ou listas de preços.
- 10% incluem dispositivos de pagamento *online*.

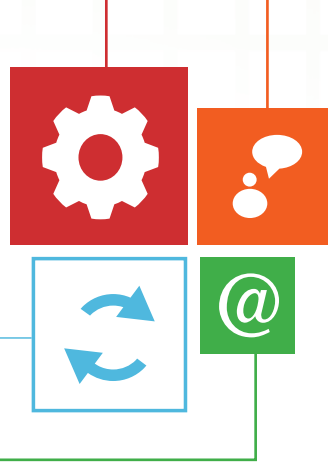
³International Telecommunication Union (2008)

⁴Cetic Brasil promovida pela CGI.br (2009)









ALGUNS EXEMPLOS DE *SITES*

Alguns exemplos de sites

Alguns exemplos de pequenas empresas
que já estão na internet



Alguns exemplos de pequenas empresas que já estão na internet

- Usando o *site* para formar comunidade e oferecer cursos

A Leandro & Stormer, de Porto Alegre (RS), é uma escola de *traders* que atua oferecendo cursos e realizando análises do mercado de ações na Bolsa de Valores. Com seu *site* na internet, a empresa mantém uma enorme comunidade de clientes diretamente conectados e com eles compartilha informações *online* que convergem para compra de cursos e DVDs na loja virtual.







leandro & stormer
a maior comunidade de traders do Brasil

"Aprenda com os erros dos outros; você não pode viver tempo suficiente para cometê-los todos sozinho."
Eleanor Roosevelt

3 806 usuários online
membros cadastrados 59 821

CLIENTES - ÁREA RESTRITA

e-mail

esqueci minha senha
ou problemas no login?

COMUNIDADE

- DESAFIOS
- FÓRUM
- FÓRUM - INICIANTE
- FÓRUM - OPÇÕES
- MONITOR LS
- CHAT
- PALESTRAS
- VIDEOS
- BASE DE DADOS
- DOWNLOADS
- ARTIGOS
- FAQ



CONHEÇA A LSLIVE

- ABRA SUA CONTA
- PARCEIROS
- ANÁLISE FLASH
- OLHO NO MERCADO
- FUNDOS

PERFIL | CURSOS | PROFISSIONAIS | CONTATO | LOJA VIRTUAL

FÓRUM

Seja bem-vindo à área de Forum do website Leandro & Stormer.

Comentário de Fechamento

leandrostormer livestream



leandro & stormer LIVE!

17:38 **leandrostormer:** Boa tarde a todos. Vamos entrar com vídeo em instantes. As perguntas já podem ser enviadas.

Ó seu nome:

Enviar perguntas ou comentários:

DRIVEN BY demand MEDIA

Busca

— Área —

DICA DA SEMANA

Seminário Projeções de Fibonacci
Leandro & Stormer

SEMINÁRIOS Valor: **R\$ 49,00**

Frete grátis para todo o Brasil.

COTACÕES E DADOS

Informe o papel

↳ Pesquisa de códigos

conheça os **CURSOS**
Leandro & Stormer

clique aqui

AGENDA

- 04/03/2010 Evento | São Paulo
- 06/03/2010 Mercado de ações - Análise Gráfica e estratégias - Intensivo | Curitiba
- 06/03/2010 Mercado de ações - Análise Gráfica e estratégias - Intensivo | Fortaleza
- 13/03/2010 Mercado de ações - Análise

http://www.leandrostormer.com.br/, acessado em 03/03/2010 às 17h34min.





- Usando o *site* para conhecer o interesse dos clientes

A Livraria Mundial, de Pelotas (RS), elaborou um *site* que inclui uma enquete em que pergunta o que o leitor gostaria de encontrar disponível na página. Uma forma criativa de conhecer os interesses dos internautas.

PELOTAS
LIVRARIA MUNDIAL
R.S.

LOGIN

BUSCAR:

DEPARTAMENTOS

- Atores pelotenses
- Dicionários
- Ficção
- Infanto-juvenis
- Não Ficção
- Sugestões

MENU

- Capa
- Lista de Presentes
- Promoções
- Notícias
- Contato
- Marcadores

DESTAQUES

A NOITE QUE NÃO ACABOU
Nauro Jr e Eduardo Cecconi
Por **R\$ 35,00**

Atendimento Online Livraria Mundial





e-mail ENTRAR

MARCADORES

CADASTRO AJUDA CARRINHO MEUS PEDIDOS

>> BUSCAR

A ANATOMIA DE AMANDA
/ Hilda Simões Lopes
Por **R\$ 34,70**

A REPÚBLICA MALPARIDA
/ Sergio Cruz Lima
Por **R\$ 45,00**

NOTÍCIAS

04/01/2010 12:12
Livraria Mundial está pronta para a volta às aulas 2010

16/11/2009 12:21
A Noite que Não Acabou, o livro sobre o acidente do ônibus do G.E. Brasil

12/11/2009 13:29
Mundial lança livro do blog Amigos de Pelotas

[+ VER MAIS](#)

ENQUETE

Quais produtos você gostaria de encontrar no site?

Artigos de papelaria

Materiais escolares

<http://www.livrariamundial.com.br/>, acessado em 03/03/2010 às 17h32min.





- Usando o *site* para vender camisetas

A eCamisetas, de Santos (SP), vende camisetas, canecas e uma série de itens que podem ser personalizados pelo próprio cliente. Com o *site* aberto desde 2008, a empresa despacha produtos para todo o Brasil.

Fique conectado!

Existem diversas possibilidades de relacionamento com seu cliente pela internet. São as chamadas “redes sociais”. Alguns exemplos: *blog*, Twitter, Orkut e Facebook. Todas essas redes, em algum momento, podem direcionar seus clientes para o *site* empresarial!





Veja como é simples comprar aqui:

1

Escolha seu Foto produto e efetue o pagamento

2

Mande sua Foto por e-mail

3

Receba seu produto em casa

Buscar



Presentes Dia dos Namorados

- Canecas Dia das Mães
- Almofadas Dia das Mães
- Camisetas Dia das Mães
- Camisolas Dia das Mães

Camisetas Personalizadas

- Camisetas com foto
- Camisetas Formatura

Canecas Personalizadas

Almofadas Personalizadas

Capa de Notebook Personalizada

Quebra-cabeças Personalizados

Fronhas Personalizadas

Foto Magnética Personalizada

Mouse-Pads Personalizados

Ecobag Personalizada

Personalizar Camisetas

Camisetas com Foto

Camisetas Customizadas

Canecas com foto

Almofadas com foto

Produtos em destaque



Caneca Personalizada de Porcelana 300ml
R\$ 21,90



Caneca Interativa Personalizada
R\$ 28,00



Caneca Personalizada Dia das Mães
R\$ 24,90



PROMOÇÃO
Jogo de Toalhas Personalizadas De R\$ 149,90 Por: R\$ 65,00



Caneca Amor Eterno
R\$ 26,00



Caneca Mágica Personalizada
R\$ 39,90



Capa de Notebook Personalizada
R\$ 55,90



Capa de Notebook Personalizada
R\$ 49,90



Almofada Personalizada
R\$ 49,90



Almofada Personalizada com foto
R\$ 49,90



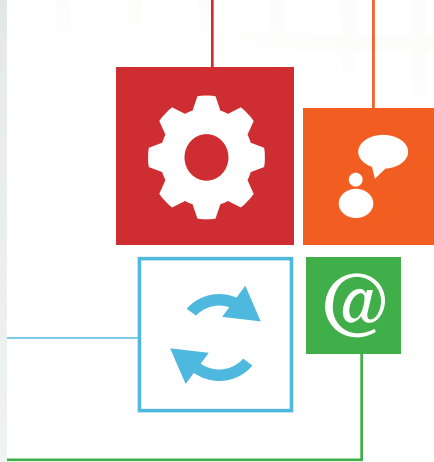
Fronha Personalizada
R\$ 25,90



Camiseta Babylook Personalizada
R\$ 24,90



Antes de construir um *site* é fundamental que você tenha uma conexão com a internet na sua empresa. O seu computador ou a rede de computadores da sua empresa pode estar ligado à internet por vários tipos de conexão, variando em estabilidade, velocidade e praticidade.



CONECTANDO A SUA EMPRESA COM A **INTERNET**

Conectando a sua empresa com a internet

Questões técnicas necessárias
para sua conexão

Questões técnicas necessárias para sua conexão

Antes de construir um *site* é fundamental que você tenha uma conexão com a internet na sua empresa. O seu computador ou a rede de computadores da sua empresa pode estar ligado à internet por vários tipos de conexão, variando em estabilidade, velocidade e praticidade.

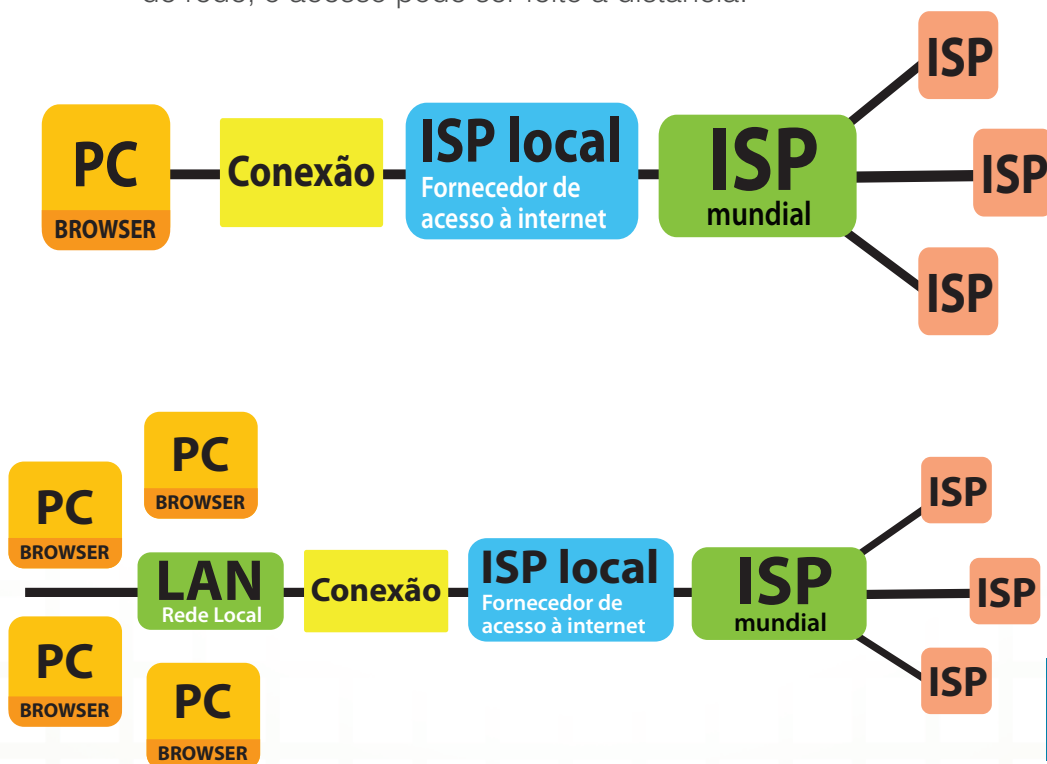
As formas mais comuns são:

- **DSL:** é a evolução da conexão por linha discada. Apesar de ser um acesso à internet via telefone, é mais rápida, não ocupa a rede telefônica e tem bom custo-benefício. A transmissão dos dados ocorre de forma digital.
- **Cabo:** utiliza a mesma tecnologia de transmissão de dados da TV a cabo. Ela está conectada 100% do tempo e exige que você tenha uma peça chamada *cable modem*, que geralmente é fornecido pelas empresas que vendem este tipo de serviço.
- **Wireless (WLAN – Wireless Local Area Network):** internet sem fio. É uma rede de curto alcance que funciona com ondas via rádio. Para ter acesso, é necessária uma peça que capte essas ondas, os *notebooks* atuais já contêm de fábrica. Como o sistema de rede local fica na mesma plataforma que o de acesso à internet, é possível criar uma LAN sem fio.





- **3G:** é o tipo de conexão mais utilizado e adequado para celulares. Ela é a “terceira geração” de padrões e tecnologia de aparelhos móveis e funciona de forma similar à rede *wireless*, mas com acessos de longo alcance e baixa *performance*.
- **Roteador:** é o aparelho que transforma o sinal normal de internet em ondas de rede *wireless*, possibilitando que os computadores de sua empresa fiquem conectados sem fio.
- **Acesso remoto:** é o acesso a arquivos e documentos do seu PC por meio de outro computador. Por um sistema de rede, o acesso pode ser feito a distância.



Glossário

- **PC:** em inglês, *Personal Computer*. É o computador do usuário.
- **Browser:** também conhecido como navegador, ele é um programa de computador que busca as páginas que estão hospedadas nos servidores. Exemplos: Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera.
- **LAN:** é uma rede local, ou seja, conexão entre vários computadores. Isso possibilita o compartilhamento de arquivos e dados. Ela pode ter um servidor próprio para armazenamento de arquivos/dados, o que aumenta a velocidade de acesso das máquinas à rede.
- **ISP:** além da tecnologia de conexão com a internet, é necessário contratar um serviço de ISP (do inglês *Internet Service Provider*). Esse é o serviço que faz com que a conexão seja autorizada a fazer *download* de páginas na internet, além de oferecer outros serviços relacionados, como contas de *e-mail*, hospedagem de *sites*, *blogs* etc. Existem empresas que cobram por este serviço (Terra, Uol) e outras gratuitas (IG).







Não adianta só falar sobre a importância de sua empresa ter um *site* na internet, sem mostrar as melhores formas de criar um. Por isso, será alinhado os principais passos para fazer seu *site* sem precisar de ajuda externa.



HORA DE PRATICAR

Hora de praticar

Tutorial para criação
do seu *site* empresarial

PASSO 1 – Obter um endereço na internet

PASSO 2 – A hospedagem do seu *site*

PASSO 3 – Ferramentas para construir
o próprio *site*

PASSO 4 – Conteúdo relevante

PASSO 5 – Medindo o resultado

Tutorial para criação do seu *site* empresarial

Não adianta só falar sobre a importância de sua empresa ter um *site* na internet, sem mostrar as melhores formas de criar um. Por isso, será alinhado os principais passos para fazer seu *site* sem precisar de ajuda externa.

PASSO 1 – Obter um endereço na internet

O seu “endereço” na internet: www.nomedaempresa.com.br

O seu endereço na internet se chama domínio. Você precisará escolher um domínio e registrar no *site* Registro.br (www.registro.br), que é o órgão responsável por regulamentar os endereços da internet no Brasil. Você pode fazer o registro de domínio por meio de um dos vários prestadores deste serviço no Brasil e no exterior.

Se for possível, escolha um domínio que utilize o nome da empresa (www.nomedaempresa.com.br), pois isso facilitará a localização pelos clientes. Se este endereço não estiver disponível, escolha algo que seja bastante próximo como, www.nomedaempresanomedosetor.com.br, ou talvez www.nomedaempresa+estado.com.br.

Opte por registrar um domínio fácil de escrever (curto e simples), pois quando o endereço eletrônico é complicado, o internauta pode digitar errado. Se o nome da sua empresa for complicado e suscitar o erro ao digitar, tome a iniciativa de



registrar as possibilidades de grafia do domínio e pedir para que as variantes redirecionem o consumidor para o endereço correto. Isso é possível realizar ao cadastrar o domínio.

Algumas das principais empresas que fazem registros de domínio e hospedagem são:

- **Locaweb** www.locaweb.com.br
- **Terra** www.terra.com.br
- **UOL** www.uol.com.br
- **IG** www.ig.com.br



PASSO 2 — A hospedagem do seu *site*

O seu *site* precisa estar hospedado em um servidor.

Para que as pessoas possam ver o seu *site* empresarial é preciso hospedá-lo em um local chamado servidor. Existem várias empresas que fazem este serviço de hospedagem de *site*. Os servidores mantêm o *site* armazenado por um pagamento de mensalidade.

Imagine um servidor como um prédio em que cada apartamento hospeda o *site* de uma empresa/pessoa. Para armazenar seu *site* neste prédio, você precisa pagar aluguel pelo espaço. O proprietário dos apartamentos é chamado de *host* (ou aquele que hospeda), e o aluguel geralmente é chamado de taxa de hospedagem.

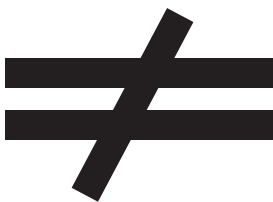
O custo da hospedagem é baixo. No Brasil, os pacotes de hospedagem mais simples custam, em média, R\$ 30,00 por mês. Faça uma boa pesquisa e compare os serviços e os recursos disponíveis antes de contratar a hospedagem. Na maioria dos casos, o serviço mais barato acaba trazendo irritação com a lentidão na operação e a falta de suporte.

Algumas empresas oferecem hospedagem sem custo para o *site* (HDFree, HPG, CriandoSite etc.) e há também grandes portais de *sites* comerciais que oferecem espaço gratuito para assinantes (UOL, AOL, Terra etc.). A desvantagem dessas opções é, provavelmente, ter de exibir o anúncio do *site* no topo da sua página ou dentro dela, porém este serviço está cada vez mais restrito.



Hospedagem

- Seu *site* fica armazenado em um lugar onde todos podem acessá-lo (servidor).
- Os custos mensais são baixos, mas pesquise a infraestrutura do serviço.
- Opte por pacotes que ofereçam serviços agregados.



Registro

- O registro é o seu endereço na internet.
- www.nomedaempresa.com.br (URL).
- Uma instituição nacional regulamenta a concessão de domínios.
- Escolha nomes simples e curtos, de fácil digitação.



Fique conectado!

Muitas empresas oferecem a contratação do domínio junto com a hospedagem. Se você fizer essa opção, poderá simplificar as coisas, tendo um intermediário a menos para lidar.

PASSO 3 — Ferramentas para construir o próprio *site*

Escolha a ferramenta ideal para criar o *site*

Existem diversos serviços *online* que auxiliam, de forma gratuita ou paga, a criação de um *site*. Qualquer pessoa poderá usar esses construtores de *sites* disponíveis na internet. Com a ajuda deles, será mais fácil dar uma aparência profissional para um *website*, pois as ferramentas para criação e edição das páginas ficam em um painel de administração onde você poderá montar as páginas, adicionar e editar os textos, incluir imagens etc.

Importante!

Antes de colocar seu *site* na internet, estude a capacidade em administrar todo o sistema da sua empresa. Isso inclui desde as relações com os fornecedores e ciclos de produção e venda, até a fase da distribuição para o consumidor final. Cada elo dessa cadeia de atividades está interligado. Quanto mais a empresa estiver organizada e preparada para a demanda criada pela presença na internet, mais vantagem terá frente aos concorrentes.



Existem bons construtores de *sites* que são intuitivos e fáceis de experimentar. Confira os melhores disponíveis:

- **Google Sites** www.google.com/sites

O Google Sites é um serviço gratuito de criação de *sites online* oferecido pelo Google que permite montar modelos simples sem muitas dificuldades. Bom para quem não tem prática no assunto.

Google sites

Pensando em criar um website?

O Sites do Google é uma maneira gratuita e fácil de criar e compartilhar páginas da web. [Saiba mais.](#)

Crie

páginas da web
avançadas facilmente

Reúna

todas as suas
informações em um único
local

Controle

quem pode visualizar e
editar



Novo! [Crie um site a partir de uma série de modelos pré-construídos](#)

Acesse com a sua
Conta do Google

E-mail:

ex.: pat@example.com

Senha:

Continuar conectado

Login

[Não consegue acessar a sua conta?](#)

[Inscreva-se no Sites](#)

[Fazer login com uma conta do Google Apps](#)

©2011 Google - [Página inicial do Google](#) - [Google Sites para empresas](#) - [Termos](#) - [Ajuda](#)

<http://www.sites.google.com/>, acessado em 07/06/2011 às 14h13min.



■ **WebNode** www.webnode.com.br

O WebNode é um dos melhores da categoria, contendo diversos recursos interessantes. Ele permite a criação de páginas estáticas, área para comentários, *blog*, galeria de fotos, livro de visitas, enquetes e até mesmo um fórum próprio.

webnode Sites pessoais Sites para empresas Loja virtual Blog

Crie o seu próprio site gratuitamente!

Endereço do site:

Seu e-mail:

Palavra-passe:

Registre-se e lance o seu site

Watch video 1 minute

Rápido e fácil fazer um site

Webnode é uma ferramenta para a criação rápida e fácil do seu site. Simples, online e gratuito. Pode utilizar o seu próprio domínio.

Sabe mais...

Criar site e loja virtual grátis

Centenas de modernos modelos adaptados às suas necessidades. Soluções ideais para sites empresariais, pessoais e e-shop.

Sabe mais...

Porquê WebNode?

Mais de 1 000 000 empresas, estudantes, artistas e blogueiros de todo o mundo já se tornaram nossos satisfeitos utilizadores.

[O que dizem nossos utilizadores?](#)

<http://www.webnode.com.br/>, acessado em 26/05/2011 às 16h42min.





■ **Wix** www.wix.com

Permite criar *sites* feitos em *flash* – com animações – o que dá mais vida. Embora isso torne a página mais pesada, é esteticamente muito agradável. Em geral, *sites* em *flash* são complicados para iniciantes, mas esta ferramenta torna o trabalho muito mais simples. Um dos problemas do Wix é não ser possível incluir *scripts* na página, o que impede que sejam adicionados contadores de visitas e *chats*.



<http://pt.wix.com/>, acessado em 11/06/2011 às 14h13min.



Outros serviços que merecem destaque incluem Yola (www.yola.com), Ucoz (www.ucoz.com), Weebly (www.weebly.com), UOL (www.uolhost.com.br) e Locaweb (www.locaweb.com.br).

Atenção!

Alguns editores de *sites* oferecem uma versão gratuita bem limitada e exigem que você divulgue a logomarca do construtor de *site*. Outra desvantagem é que no seu domínio (URL) também poderá aparecer o nome do construtor. Vale a pena, dessa forma, estudar as condições para comprar os pacotes mais básicos que são baratos e livram você desse inconveniente.





PASSO 4 – Conteúdo relevante

O que deve ser destacado em um *site* empresarial

É preciso determinar algumas prioridades sobre o conteúdo do *site*. Existem cinco pontos fundamentais que devem estar presentes na página da empresa na internet:

- 1 Coloque o mais importante na capa
- 2 Quem é a sua empresa
- 3 O que a sua empresa faz
- 4 Onde e como encontrar sua empresa
- 5 Use depoimento de clientes (com foto!)

The screenshot shows the homepage of 'Yoga Porto Alegre'. At the top, there's a navigation bar and a search box. The main banner features a smiling man holding books and a yoga pose, with the text 'MÉTODO DeROSE'. Below the banner, there's a promotional message for November. The main content area is titled 'Aulas e cursos de Yoga em Porto Alegre' and includes a grid of photos showing various yoga asanas. On the left, there's a sidebar with 'CONTATO' information and a 'DEPOIMENTOS' section featuring a testimonial from 'Giovani Printto' with his photo. The five numbered callouts point to these specific areas: 1 (Header), 2 (Banner), 3 (Main Content), 4 (Contact), and 5 (Testimonial).

<http://www.yogaportoalegre.com/>, acessado em 11/03/2010 às 14h14min.





1. Coloque o mais importante na primeira página (homepage)

Informações de contato básicas como telefone e *e-mail* são essenciais e devem estar na capa do *site*. Já sabemos que 74% dos clientes em potencial vão embora se precisarem de um novo clique para obter este tipo de informação.

2. Quem é a sua empresa

A página inicial do *site* (*homepage*) deve destacar o logotipo e o nome da empresa. Mais que isso, deve ter um subtítulo de identificação certo: “O único hotel com piscina em Pirapora” ou “Pão quentinho de hora em hora”, ou ainda, “A sua lotérica em Vergueiros”. Se você tem uma boa foto (da fachada interna, com clientes), coloque lá também. É essencial que a capa do *site* seja o suficiente para identificar a empresa, pois o internauta precisa saber rapidamente com quem está tratando.

3. O que a sua empresa faz

A página inicial também deve responder bem rápido ao que o cliente em potencial está procurando. Então, a *homepage* deve dar informações suficientes sobre qual é a especialidade da empresa. Não é preciso detalhar, pois isso você poderá fazer no interior do *site*.





Responda onde e como você atende, que fabricantes você representa e outras informações que forem extremamente diferenciais no seu negócio em relação à concorrência.

4. Onde e como o cliente pode encontrar sua empresa

O cliente potencial quer saber como encontrar a empresa, fazer algumas perguntas e eventualmente pedir um orçamento. Por isso, deixe claro onde é o seu estabelecimento físico, qual é o telefone de contato, em que horários funciona e qual o *e-mail* para solicitar cotações.

5. Use seus casos de sucesso (com foto!)

Muitas de suas vendas terão como referência as opiniões de outros clientes disponibilizadas no *site*. Por isso, apresente os “casos de sucesso”, com depoimentos espontâneos e com foto. Um *website* sem foto de gente não tem graça nenhuma.



PASSO 5 — Medindo o resultado

Medindo os acessos ao *site*

Quer saber quais partes do seu *site* são mais visitadas? Quais dias ele tem mais acesso? De qual lugar do planeta está vindo potenciais clientes? Existem serviços disponíveis na internet que permitem identificar quantas pessoas entraram no *site*, quais as páginas que elas mais olharam, quanto tempo elas ficaram nele, qual a localização geográfica do visitante e, até mesmo, a forma como chegou até o *site* (se veio por meio de *links* de outros *sites*, de um mecanismo de busca ou diretamente pelo endereço).

Uma das melhores opções é o Google Analytics. Trata-se de uma solução de análise da internet de cunho empresarial que fornece, sem custo algum, uma ótima visibilidade do tráfego e da eficiência do *marketing* em *websites*. Além de realizar todas as funções citadas, mede, por exemplo, o número de acessos em um *site* em determinado período e analisa o *site* como um todo ou páginas específicas.

Não é preciso ser um programador de internet para inserir o Analytics no *site*. O serviço vai gerar gráficos muito fáceis de entender. Esses gráficos mostrarão todas as informações classificadas por períodos diários, semanais, mensais e anuais, permitindo descobrir quais os pontos fortes e fracos do *website*.



<http://www.yogaportoalegre.com/>, acessado em 11/03/2010 às 14h14min.






Tudo isso vai ajudá-lo a administrar o *site* e, por exemplo, fazer anúncios mais bem segmentados, fortalecer suas iniciativas de *marketing* e gerar mais conversões em compras. Ou seja, com essa ferramenta, é possível saber desde o melhor dia para divulgar ofertas até as horas em que é necessário haver atendimento *online*.







Existem alguns cuidados básicos que você precisa tomar na hora de criar o *site*. Não cometa esses erros, pois correrá o risco de causar uma má impressão no cliente, afugentando-o, ao invés de atraí-lo.



CUIDADOS NECESSÁRIOS

Cuidados necessários

Não cometa erros primários!

Não cometa erros primários!

Existem alguns cuidados básicos que você precisa tomar na hora de criar o *site*. Não cometa esses erros, pois correrá o risco de causar uma má impressão no cliente, afugentando-o, ao invés de atraí-lo.

■ Escolha cores sóbrias, fontes comuns e legíveis

Trate o *site* como seu cartão de visitas para causar uma primeira boa impressão. Evite cores berrantes e letras garrafais. Escolha tons sóbrios, fontes comuns e legíveis, imagens bem editadas, padrões agradáveis. Lembre-se de que é sua única chance de começar um relacionamento com os clientes que encontrarem você quando estiverem procurando por serviços similares aos seus no Google ou outra ferramenta de busca.





■ Ofereça conteúdo atualizado e relevante

Se você não tiver nada para dizer, não envie informações desnecessárias, pois isso comprometerá a imagem de sua empresa. Disponibilize conteúdo que realmente interesse ao potencial cliente. Nada mais chato que um texto enorme falando “sobre nós”. Não há nada mais afugentador de clientes que notícias antigas publicadas na *homepage*, sem atualização e/ou fora de contexto.





■ Não deixe sua *homepage* “pesada” para abrir

Recursos gráficos como vídeos e animações em *flash* são muito atraentes, porém cuidado para não abusar deles, pois podem tornar a página muito pesada. Uma longa animação que apresenta os serviços da empresa pode ser algo esteticamente muito bonito, mas, se isso tornar lenta a navegação, corre o risco de o internauta ficar impaciente e desistir de trafegar pelo *site*.





■ A navegação deve ser clara e intuitiva

A estrutura do *site* pode parecer clara e óbvia para você (que o conhece integralmente), mas pode ser complexa para o cliente. A navegação deve ser clara, lógica e intuitiva. Coloque em todas as páginas, no canto superior direito, uma caixa de pesquisa para que o cliente não precise perder tempo para achar o que busca. Lembre sempre que o melhor *site* é aquele fácil de usar.



■ Menos informações, mais leitores

Não sobrecarregue o potencial cliente com informações. Poucas pessoas gostam de ler textos excessivamente longos e com muitos dados técnicos. Prefira textos curtos e objetivos e lembre-se de que espaços em branco facilitam a leitura. Se você realmente precisar incluir tabelas e informações puramente técnicas, reserve um local específico no *site* para isso. O mesmo procedimento vale para imagens. Se você encher a página com fotos e ilustrações, vai confundir a atenção do internauta. Deixe alguns espaços para que possa destacar algumas informações de forma clara e objetiva.





■ **Lembre-se de que a internet é uma via de duas mãos**

O grande diferencial da internet frente às outras mídias é a capacidade de interação com o leitor – no caso, internauta. O *site* empresarial precisa incluir esse fator. Permita que o cliente participe. Talvez seja interessante criar enquetes, áreas para comentários etc. ou simplesmente seguir as sugestões e as preferências dos clientes na hora de atualizar o *site* da sua empresa.





■ Se ficar difícil, contrate um profissional

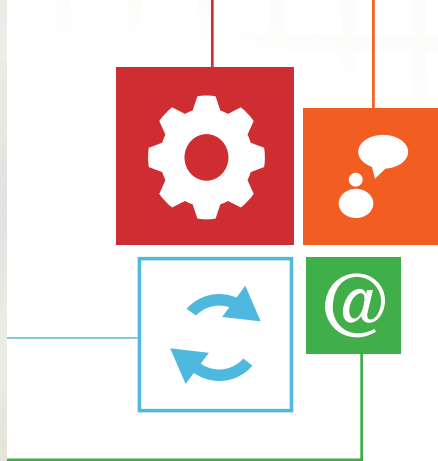
A maioria das ferramentas disponíveis para a construção de *sites* é muito intuitiva e simples de trabalhar. Mesmo assim, se você tiver dificuldade, busque a ajuda de um profissional. Não deixe isso por conta daquele sobrinho ou cunhado “que sabe tudo de internet”. É essencial que o cartão de visitas virtual seja criado e mantido com todo o profissionalismo possível.







Existem várias formas de usar a internet para alavancar o seu negócio. Veja a seguir alguns elementos que podem ser incluídos no *site* para torná-lo ainda melhor.



RECURSOS **ADICIONAIS** PARA O SEU *SITE*

Recursos adicionais para o seu *site*

Dicas que podem tornar seu *site*
ainda mais interessante

Dicas que podem tornar seu *site* ainda mais interessante

Existem várias formas de usar a internet para alavancar o seu negócio. Veja a seguir alguns elementos que podem ser incluídos no *site* para torná-lo ainda melhor:

■ Otimização para os *sites* de busca

É uma tática em que você desenvolve ações para que o *site* tenha uma posição privilegiada nos resultados dos *sites* de buscas. Este tipo de ação é mais voltado para a programação de linguagem de internet.



The screenshot shows a Google search for 'notebook'. The search bar contains 'notebook' and the search button is labeled 'Pesquisar'. Below the search bar, there are options for search location: 'Pesquisar: a web', 'páginas em português', and 'páginas do Brasil'. The search results show approximately 153,000,000 results for 'notebook' in 0.24 seconds. The results are categorized into 'Web' and 'Links Patrocinados'. The 'Web' results include links to Dell, MagazineLuiza, PontoFrio, and MercadoLivre. The 'Links Patrocinados' results include links to FastShop, Intel, and Zura. A large green box with the text 'Busca Orgânica' is overlaid on the search results.

Busca Orgânica

<http://www.yogaportoa alegre.com/>, acessado em 11/03/2010 às 14h14min.



■ **Marketing para os sites de busca**

É uma tática para colocar o *site* no topo dos *sites* de busca, por meio da compra de *links* patrocinados. Em outras palavras, você compra palavras-chave que, quando buscadas, colocarão o *site* no topo dos resultados.



<http://www.google.com.br/search?q=notebook&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:pt-BR:official&client=firefox-a>, acessado em 05/03/2010 às 17h03min.



■ Loja virtual: alugada ou própria

Dependendo do produto que a sua empresa comercializa, a construção de uma loja virtual pode ser uma alternativa viável para que você possa oferecer os produtos. Existem serviços na própria internet em que você paga para uma empresa e cria uma loja virtual pré-pronta, com modelos de *layout* a escolher, opção de serviços de pagamento seguro etc.



<http://www.floresonline.com.br>, acessado em 11/03/2010 às 15h.



■ Usando mídias sociais para relacionamento

São várias as formas de se relacionar com outros internautas, mas as mídias sociais se destacam por segmentar seus públicos conforme o interesse deles – e assim, você pode ir direto ao cliente. Lembre-se de incluir no *site* (de preferência na capa) os *links* para o perfil da empresa no Orkut, no Facebook, no Twitter e qualquer outra rede social que você tenha escolhido.

facebook

E-mail: Senha:

Não tenho minha conexão. [Esqueceu sua senha?](#)

No Facebook você pode se conectar e compartilhar o que quiser com quem é importante em sua vida.

Cadastre-se
É gratuito e sempre será.

Nome:

Sobrenome:

Seu e-mail:

Insira o e-mail novamente:

Nova senha:

Eu sou: **Selecione o gênero:**

Data de nascimento: Dia: Mês: Ano:

Por que preciso informar minha data de nascimento?

[Crie uma página para uma celebridade, banda ou empresa.](#)

Português (Brasil) English (US) Español Français (France) Deutsch Italiano العربية 繁體中文(香港) 中文(简体) 日本語 >

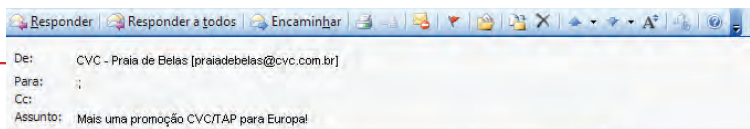
Facebook © 2011 - Português (Brasil) [Criador](#) [Localizar amigos](#) [Albúms](#) [Pessoas](#) [Páginas](#) [Saber](#) [Anúncios](#) [Crie uma página](#) [Desenvolvedores](#) [Carreiras](#) [Privacidade](#) [Termos](#) [Ajuda](#)

<http://www.facebook.com/>, acessado em 10/06/2011 às 14h21min.



■ Fazendo e-mail marketing

Um e-mail para várias pessoas pode ser uma boa ação de *marketing*, variando desde um simples recado de felicitações ou até os mais complexos e-mails massivos oferecendo os produtos para venda. Mas faça isso com muito cuidado! Envie e-mail apenas para as pessoas as quais você tem permissão.



**PromoEuropa
CVC e TAP**

Prezado Cliente

De 12 a 16 de Setembro, estaremos oferecendo pacotes voando TAP com preços reduzidos e pagamento em 8x sem juros, com apenas Um Real de entrada.

Antes de comprar pacotes para Europa, consulte a CVC do Praia de Belas Shopping.

Você vai pagar mais barato.

Passagem aérea barata para Europa é na CVC.

Venha nos visitar e garanta já o seu lugar

CVC Praia de Belas Shopping 51 3232.3999

Promoção válida para compras entre Sábado dia 12/09 e Quarta feira dia 16/09. Sujeito a disponibilidade. Imagens meramente ilustrativas. A CVC respeita sua privacidade, se você não deseja mais receber nossos informativos, favor responder a este e-mail mencionando o Assunto "remover".



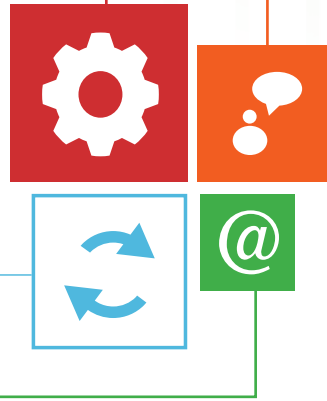
Na dúvida, busque ajuda!

Nesta cartilha, você encontra diversas dicas de como construir seu próprio *site* usando modelos prontos disponíveis na internet. Mas a própria internet oferece uma infinidade de complementações e alternativas. Não hesite em buscar mais informações em *sites* como o Google, certo?

Ainda assim, nem todas as ações da empresa na internet poderão ser realizadas por você. Por isso, considere onde e quando uma agência virtual pode ajudar a desenvolver a sua presença na internet.







CONSIDERAÇÕES FINAIS



Há alguns anos, dizia-se que a internet seria o futuro da comunicação. Hoje, isso não é mais verdade. A internet é o presente da comunicação. Uma empresa que não marca presença na rede mundial de computadores é considerada, na melhor das hipóteses, antiquada ou mesmo amadora.

Conforme a internet vai alcançando uma parcela cada vez maior da população, torna-se essencial que as empresas se adaptem a essa nova realidade. A criação de um *site* melhora a comunicação das empresas com seus públicos, pois a apresenta de uma forma direta, interativa e ágil; divulga produtos e serviços, o que pode promover as vendas, além de ser excelente canal de relacionamento com clientes e um termômetro para o negócio como um todo. Exatamente como o mundo atual exige.

Portanto, aproveite este momento para se dedicar a construção desta plataforma virtual que levará a sua empresa a um novo mercado de negócios, tão consistente quanto a forma convencional, mas muito mais rápido e com um alcance geográfico bem maior.







REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CENTRO DE ESTUDOS sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (www.cetic.br)

COMITÊ GESTOR DA internet no Brasil (www.cgi.br)

3 - CROSBY, Brett. Guia prático para o Google Analytics. **Revista W**, São Paulo, n. 100, p. 36-40, nov. 2008.

ERCÍLIA, Maria. GRAEFF, Antonio. **A internet**. São Paulo: Publifolha, 2008.

GLADWELL, Malcolm. **O ponto de desequilíbrio**. Tradução de Talita Macedo Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

International Telecommunication Union (www.itu.int).

INTERNET WORLD Stats (www.internetworldstats.com/top20.htm)
Atualizado em 2011.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MALL, Dan. Atraia mais visitantes. **Revista W**, São Paulo, n. 106, p. 26-31, maio 2009.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E Coordenação do Ponto BR (www.nic.br)

PINTO, Sandra Rita Bento. **Dominando as ferramentas do Google**. São Paulo: Digerati Books, 2007.



RIBEIRO, Leonor. Usabilidade: Quem manda é o cliente. **Locaweb em Revista**, São Paulo, n. 13, p. 28-37, 2009.

TAPSCOTT, Don. WILLIAMS, Anthony. Tradução de Marcello Lino. **Wikinomics**: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

TO BE GUARANY! (www.tobeguarany.com)

VAZ, Adolpho Conrado. **Google Marketing**: o guia definitivo de marketing digital. São Paulo: Novatec Editora, 2008.





*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

