

# Modelo Resumo de Landing Page feito por colaborador

Módulo Contratação e Treinamento de Vendedores

---

## Landing Page

Landing Page é uma página que conta com todos os elementos voltados à conversão, do visitante ao Lead ou da oportunidade ao cliente.

Também conhecidas como páginas de aterrissagem, páginas de conversão ou de captura, elas são item-chave nas campanhas de Marketing Digital

Em geral, essas páginas contêm muito menos elementos e links do que um site normal. Isso é feito propositalmente: depois de conseguir levar um visitante para uma Landing Page, seu único objetivo com ele deve ser conseguir a conversão

As landing pages tem alguns elementos que são essenciais para uma página bem sucedida vou listar alguns abaixo:

- Título e Subtítulo

Um dado divulgado pelo **Copyblogger**, site referência em copywriting, diz que **8 em cada 10 pessoas** que chegam a uma página só leem o cabeçalho. Somente 2 em cada 10 lerão o restante da página.

Levando esse dado em consideração, percebemos que um dos principais elementos de uma página, de fato, são o título e o subtítulo. Isso significa que esses elementos devem transmitir de maneira clara e direta a proposta de valor da sua oferta.

- Imagem / Video

Assim como uma boa imagem, que reflete bem a proposta de valor da oferta e ajuda na conversão, uma imagem genérica ou que vá contra aquilo que é proposto pelos textos pode atrapalhá-la.

Use uma imagem que **reflita a sua oferta**, dessa forma você causa uma aproximação quase instantânea.

No caso de softwares ou ofertas de produtos que possam ser mostradas de alguma forma, opte por fazê-lo. Mostre telas do software e partes do webinar/eBook para transmitir credibilidade sobre a oferta.

- Descrição da oferta

Em grande parte dos casos, uma página de conversão precisará de mais descrições sobre a oferta para conseguir vender bem a ideia, eliminar pontos de dúvidas e alinhar expectativas. Nesses casos, costumamos seguir algumas boas práticas:

- Use tópicos
- Escreva fragmentos ou sentenças curtas, que sejam possíveis de ler com facilidade;
- Escolha de 3 a 5 itens mais importantes, sem usar blocos muito longos de texto;
- Destaque termos relevantes.
- E sempre falar de benefícios, não de funcionalidades.
- Formulário

O **formulário** é um dos elementos-chave e que torna a conversão possível. Na hora de montá-lo, é importante pensar sempre que deve existir um balanço entre algumas variáveis, tais como o número de informações requeridas e o número de Leads que será obtido.

Não é regra, mas em geral, quanto mais informações, menor a taxa de conversão. Ainda assim, coloque no formulário as informações que você precisa coletar dos Leads. Isso vai fazer muita diferença na hora de passar o Lead do marketing para vendas.

- Botão de CTA

CTA significa call-to-action ou chamado para ação, em português. Na prática, é o local no qual seu usuário deve clicar para garantir a conversão.

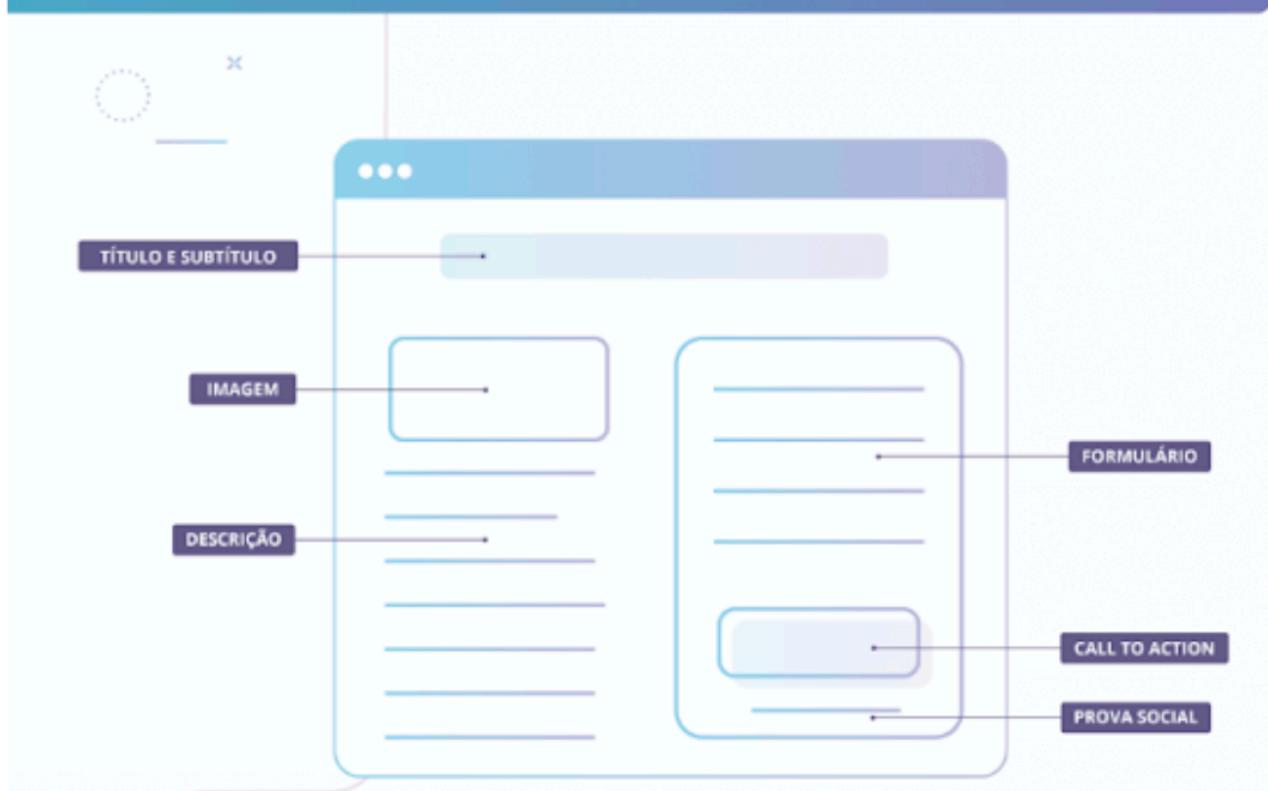
Ele precisa estar em destaque na página, ou seja, se você usou tons de azul-claro em sua Landing Page, o botão de CTA pode vir em roxo, amarelo ou qualquer outra cor que se destaque. Além disso, opte por verbos de ação e que estimulem essa tão esperada conversão, como “Baixe grátis”, “Inscreva-se aqui”, entre outras possibilidades.

Esses são os elementos que consideramos essenciais e que resolvem muito bem grande parte dos casos.

No entanto, há outros elementos que você pode usar em suas Landing Pages como:

- **Prova social:** coloque evidências de que outras pessoas compraram, baixaram ou encontraram algum valor na oferta. Como as pessoas tendem a acessar um material que outras já recomendaram, a prova social pode ser um caminho para aumentar as conversões. Algumas formas de fazer isso é com botões de compartilhamento para mostrar dados de redes sociais, número de downloads do material ou até mesmo depoimentos.
- **Senso de urgência:** acrescente na Landing Page quanto tempo falta para uma oferta expirar para estimular o visitante indeciso a agir mais rápido. É comum ver essa estratégia em sites de compras coletivas, que adicionam um cronômetro contando os minutos para o fim daquela oferta, ou sites de reservas de hotéis, que mostram quantos quartos estão livres no momento.

# A ANATOMIA DE UMA LANDING PAGE



Depois de uma landing page pronta veja no exemplo abaixo como você pode divulgar

## COMO DIVULGAR

**Redes sociais:** Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram

**Site/blog:** Links internos, banners, pop-ups

**Email Marketing:** Enviar materiais relevantes para grupos segmentados

**Comarketing:** Fazer parcerias com empresas que possuem mesmo público

**SEO:** Otimizar a landing page para os mecanismos de busca

**Mídias pagas:** Facebook Ads, Google AdWords, LinkedIn Ads

### Landing Pages e conformidade com a LGPD: o que considerar

Uma vez que as Landing Pages pedem dados dos usuários, você vai precisar estar em conformidade com a [Lei Geral de Proteção de Dados \(LGPD\)](#). Assim, é imprescindível obter consentimento explícito do usuário (titular do dado), além de indicar qual será a finalidade de uso dessa informação.

Um exemplo muito comum são os envios de e-mail com comunicações promocionais. Mas o que isso significa na prática? Basicamente, você vai precisar de ferramentas que estejam em conformidade com a Lei e também obter, de forma clara, o consentimento do usuário, além de mostrar para o que vai servir essa coleta de informação.

Isso pode ser feito no próprio formulário. Em algumas Landing Pages, é comum você encontrar as seguintes informações nos formulários, que indicam a consonância com a Lei:

- Ao preencher o formulário, concordo \* em receber comunicações de acordo com meus interesses.
- Ao informar meus dados, eu concordo com a Política de privacidade.
- Você pode alterar suas permissões de comunicação a qualquer tempo.

### Exemplo de Formulário com avisos legais

The screenshot shows a landing page with a purple header and a white form area. The header contains the text "Seu acesso é gratuito e instantâneo!". Below the header, there is a subtext "Basta preencher o formulário abaixo:". A field labeled "Email Corporativo\*" is present, followed by a large empty input box. Below the input box is a list of three bullet points, each preceded by a radio button. At the bottom of the form area, there is a large blue button labeled "BAIXE GRÁTIS". Below this button, a progress bar is shown with the text "PASSO 1" underneath it.

**Seu acesso é gratuito e instantâneo!**

Basta preencher o formulário abaixo:

Email Corporativo\*

BAIXE GRÁTIS

PASSO 1

- Ao preencher o formulário, concordo \* em receber comunicações de acordo com meus interesses.
- Ao informar meus dados, eu concordo com a [Política de privacidade](#).
- Você pode alterar suas permissões de comunicação a qualquer tempo.

Como a Blueberry realiza esse serviço de Landing pages?

A Blueberry cria Landing Pages Responsivas, que são landing pages prontas para funcionar corretamente em qualquer dispositivo móvel como celulares e tablets.

São landing pages criadas com conhecimentos e funcionalidades que aumentam suas taxas de conversão.

Elá realiza todas as integrações necessárias, deixando a captura de e-mail da sua página funcionando corretamente com seu autoresponder.

Um layout criado especificamente para você. A Blueberry cria a sua página do zero, e só inicia o desenvolvimento após você aprovar o layout.

A Blueberry te dá todo o suporte necessário, sempre que você precisar de suporte para instalar códigos na sua Landing Page ou tirar dúvidas, basta entrar em contato que iremos te ajudar.

Tudo será criado utilizando as melhores tecnologias e mais atuais do mercado, como o CMS WordPress.