

Esse apanhado com os componentes de uma *landingpage*, principalmente dos que compõe as *landingpages* que criamos na Win7, irá te ajudar a ter uma ideia de como cada item abaixo deverá ser criado e posicionado na página desenhada. O termo padrão falado aqui, não quer dizer que tudo deverá ter um modelo único. Cada cliente é diferente, cada serviço ou produto que eles vendem também são diferentes, e por isso as páginas que você vai criar também vão ser diferentes, todas às vezes. Porém, em todas elas, deverão ter os itens abaixo, seguindo, ao máximo, as suas observações.

COMPONENTES E OBSERVAÇÕES

LOGO: A logo do cliente deve sempre estar em boa qualidade. Com fundo transparente, se possível, também sem serrilhados e bem cortada. A logo também deve estar bem visível no cabeçalho da página, ela não precisa ser grande. A logo deve estar em um tamanho que o lead que acessar a página já identifique a logo do nosso cliente. Se a logo do cliente estiver numa qualidade bastante ruim, tente melhorá-la ou até mesmo refazê-la. A logo com uma qualidade boa passa uma credibilidade a mais na página.
Obs.: *Sempre salvar a logo do cliente separada em PNG, PDF ou outro formato que tenha qualidade, na pasta do cliente no Google Drive.*

MENU: Os menus das *landingpages* devem ser criados com uma fonte e tamanho ideais e que fique fácil dos itens do menu serem lidos. Também é bom ter um fundo que contraste com a cor da fonte usada no menu. Tem fontes em que as letras ficam muito juntas, outras já ficam separadas demais e outras finais demais, por isso, deve-se ter cuidado ao escolher a fonte, altura e largura do menu.

TELEFONE: Esse é um dado das *landingpages* de maior importância. Sempre deve estar bastante visível e de fácil identificação se é um telefone normal, celular ou WhatsApp. Se for WhatsApp, deve-se sempre ter o ícone dele perto. Pode-se dar uma variada no ícone, como cor e estilo, mas tem que estar sempre de um jeito que a pessoa olhe e saiba que é o ícone do WhatsApp.

BANNERS: Os banners são importantíssimos na página, pois são umas das primeiras coisas, se não a primeira, que os leads veem na página. Devem ser atrativos com o texto curto, legível e, principalmente, informativo, de modo que já prenda a atenção do lead e mostre que o que ele procurou no Google, ele vai encontrar, ou já encontrou, na página em que ele está. Também é interessante que o banner não passe da “primeira tela” que o lead vê. “Primeira tela” é parte visível logo quando o lead acessa a página. *Mais pra frente vamos mostrar qual é a área da “primeira tela”.*

FORMULÁRIO: O formulário é praticamente de onde vem o dinheiro do nosso cliente. Se ele não for visível, o lead não vai entrar em contato e nosso cliente, e nós mesmos, sairemos no prejuízo. O formulário deve ser útil para o lead e por isso pode mudar de cliente para cliente, por exemplo: Alguns clientes precisam que o lead envie algum arquivo para ele, como uma planta de construção ou um documento para ser traduzido ou analisado. Então, na criação do design do formulário, deve ficar bem fácil de o lead perceber que pode fazer o upload de algum arquivo e também os campos que ele precisa preencher. Um ponto interessante é que o lugar ideal do formulário é no canto direito, ali na altura do banner. *Por quê isso? Por que ele vai ficar visível na “primeira tela” da página.*

Curiosidade: *Alguns leads só entram na página, preenchem o formulário, sem rolar a página para baixo, enviam o orçamento deles e vão para outro site fazer a mesma coisa.*

DIFERENCIAIS: Os diferenciais devem ter um ícone bacana, da mesma “família”, se possível, e que combine bastante com o diferencial que ele está querendo simbolizar. Na verdade isso é essencial.

SEÇÕES DA PÁGINA: Entenda Seções da Página como cada parte dele, como: diferenciais, serviços, sobre, depoimentos, contato e assim por diante. Cada seção deve ter seu título visível para que lead identifique facilmente em que parte ele está na página.

“PADRÕES” PARA A CRIAÇÃO DE LANDINGPAGES

FONTE: Se possível, é bom usar uma mesma família na maior parte do site. Quando é usado uma variedade grande de famílias de fontes diferentes, o site fica estranho e com uma sensação de estar bagunçado. O bacana mesmo é ter bom senso e ser criterioso na escolha das fontes e **analisar bem onde serão usadas**, se vai ser nos telefones, títulos, textos e etc.

IMAGENS: Sem dúvida alguma, as imagens dão vida à página e passam muito a sensação de um site amador ou de um site profissional. Como agência, devemos criar sites profissionais, então a escolha de imagens de grande qualidade é imprescindível. Tanto ícones como imagens grandes devem estar numa qualidade realmente boa.

PARALLAX: Parallax é um efeito que dá, muita das vezes, um ar moderno para o site. Para se fazer o efeito com qualidade na programação, é preciso uma imagem grande e de boa qualidade. A imagem precisa ser grande por que o efeito exige isso, se for usada uma imagem pequena, o efeito vai esticar e estourar a imagem e vai ficar estranho e com uma sensação de mal feito ao invés de moderno.

PSD: Quanto ao PSD, é importante que ele esteja bem organizado, isso é bom para quem criou, ou está criando a página, para quem vai fazer alguma alteração depois e também para o pessoal que vai passar para a WIX ou outra plataforma. Além de facilitar as coisas, também ajuda na velocidade de alguma alteração ou programação depois (cortar ou alterar as imagens com maior qualidade e rapidez).

Outro ponto importante a se lembrar é quanto a *rasterizar* as imagens. O ideal é que se mantenha, se for o caso, a imagem como *objeto inteligente*. **Por quê?** Porque podemos, posteriormente, utilizar a imagem com o tamanho grande que foi usada na criação. E se a imagem estiver como *objeto inteligente*, apenas clicamos duas vezes no layer ao invés de procurar a imagem na internet. Isso evita outra pessoa procurar uma imagem alguém já gastou tempo procurando.

NOMEAÇÃO DE ARQUIVOS: Um detalhe que faz muito a diferença em alguns momentos é a nomeação significativa dos arquivos. Nomear sempre o PSD das página como “pagina.psd” pode gerar trabalhado e até mesmo confusão no futuro. Aqui não tem um padrão estabelecido, o ideal é que cada arquivo de cada cliente tenha o nome dele imbuído, por exemplo: “paginaSpaParking.psd” ou “pagina-spa-parking.psd” ou “landingpage-spaparking.psd”. O importe é identificar de qual cliente é a landingpage.

PRIMEIRA TELA: Os itens, logo, telefones, banners e formulário devem estar bem nítidos na primeira tela que o lead vê. Nessa parte também deve ter algum indicativo que se o lead rolar a página para baixo vai ter mais coisas importantes para ver/ler. Esse indicativo pode ser algumas imagens à mostra na parte inferior da primeira tela.

Mais abaixo explicamos o que é a primeira tela, que é a área verde na explicação logo abaixo.

ÁREAS IMPORTANTES DO PSD

ÁREA VERDE: A área verde é a mais importante, pois é a “primeira tela” da qual foi falado mais a atrás.

Nela deve tudo que a pessoa precise ver, a logo, o formulário, telefones, banner com textos e fotos que mostre que a pessoa entrou no site que ela queria e também o menu para que ela possa navegar facilmente na página.

Um detalhe importante no exemplo, é que na parte de baixo da área verde mostra para a pessoa que há conteúdo mais abaixo, e indica para a pessoa que ela deve rolar a página para baixo.

ÁREA ESCURA: A área escura tem 960px de largura. Essa largura de grid são para páginas que vão ser passadas para a WIX. É importante preencher essa página com conteúdos relevantes sejam textos ou imagens. Esses textos e imagens devem realmente agregar e dar valor à página, não se deve apenas colocar imagens aleatórias ou aumentar muito os textos para preencherem a página. Isso não é bom e a página fica muito grande, parecendo que está com zoom, e também dá uma impressão de “enchimento de linguagem”. :D

"PADRÕES" PARA A CRIAÇÃO DE LANDINGPAGES

ÁREA AZUL: Essa área marca a área total do PSD. 1920px de largura é um tamanho que cobre a maioria dos monitores utilizados.

