



PADRÕES PARA
A CRIAÇÃO DE
LANDINGPAGES

PADRÕES PARA A CRIAÇÃO DE LANDINGPAGES

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 é diferente, 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

- [Logo](#)
- [Menu](#)
- [Telefone](#)
- [Banners](#)
- [Formulário](#)
- [Call to Action](#)
- [Diferenciais](#)
- [Seções da Página](#)
- [Fonte](#)
- [Imagens](#)
- [Parallax](#)
- [PSD](#)
- [Nomeação de Arquivos](#)
- [Primeira Tela](#)

ÁREAS DO PSD

- [Área Verde](#)
- [Área Escura](#)
- [Área Azul](#)

PESQUISAS

- [Imagery](#)

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 necessariamente 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 à 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.*

BOTÕES DE CALL TO ACTION



Os botões de Call to Action, CTA, são essenciais em uma *pandingpage*. São botões chamativos, com uma cor e texto diferenciado dos demais. A cor padrão para os botões de CTA é **verde**.

O texto desses botões devem cumprir o propósito do nome do elemento, chamar o lead para a ação, seja ela qual for, como: preencher um formulário, solicitar um orçamento, comprar um produto, baixar um arquivo e etc.

Um ponto importante: deve-se ter cuidado a quantos irá usar, porém devem ter alguns espalhados pela página para que a pessoa possa entrar em contato o mais fácil possível.



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.



DIFERENCIAIS • Exemplo 1

APURAÇÃO E PARCELAMENTOS DE DÍVIDAS TRIBUTÁRIAS.

Sua mensagem:

Enviar

DIFERENCIAIS



ASSESSORIA CONTÁBIL
PERSONALIZADA



INOVAÇÃO E
PROFISSIONALISMO



COMPROMETIMENTO
E TRANSPARÊNCIA

SERVIÇOS



CONTABILIDADE/GESTÃO EMPRESARIAL

- Relatórios Contábeis mensal e anual - Acompanhamos o desempenho econômico/patrimonial da sua empresa utilizando os relatórios contábeis como ferramenta de gestão.

DIFERENCIAIS • Exemplo 2

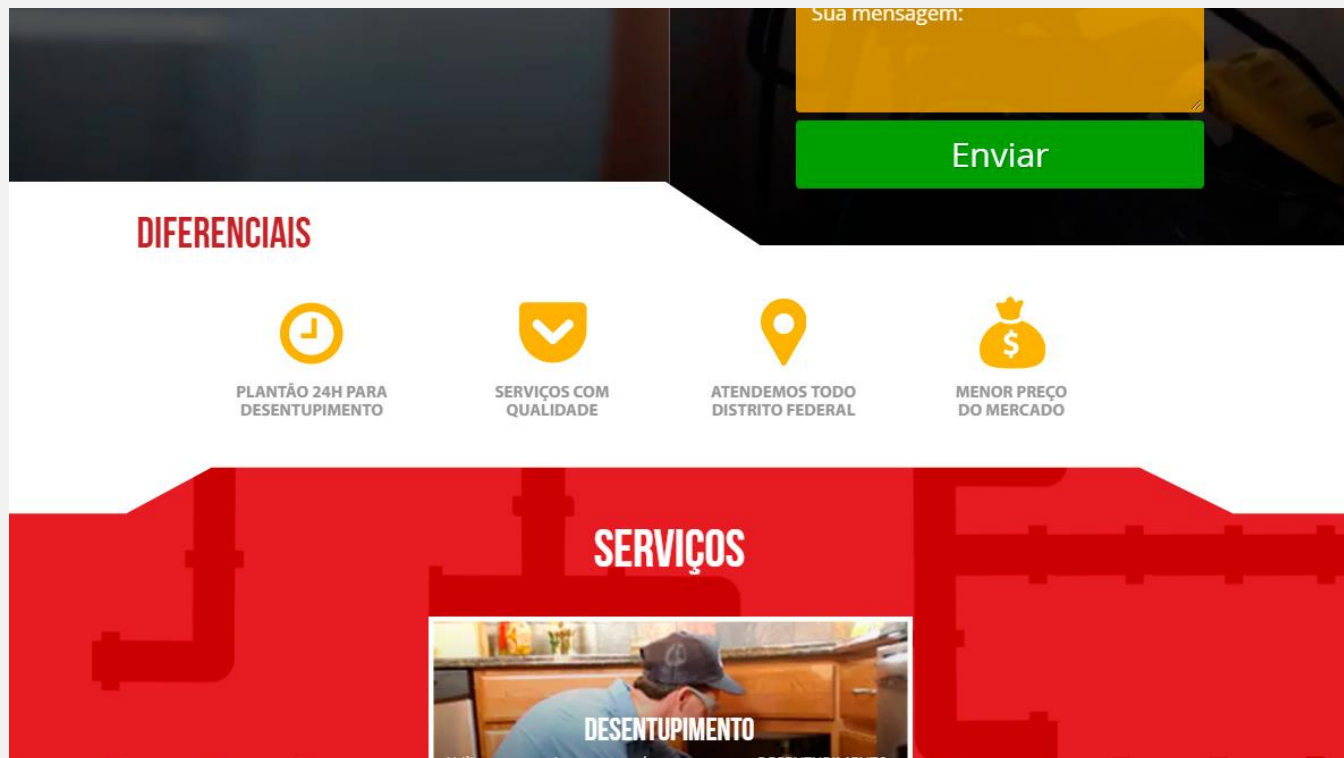


The screenshot shows a website for a fitness service. At the top, there is a blue navigation bar with a logo on the left and a green button labeled "ENVIAR" on the right. Below the navigation bar is a large hero image of a man and a woman exercising. Overlaid on this image is a grid of 8 features, each with an icon and a text description. At the bottom of the page, there is a small circular profile picture on the left and a blue checkmark icon followed by the text "Melhora da flexibilidade" on the right.

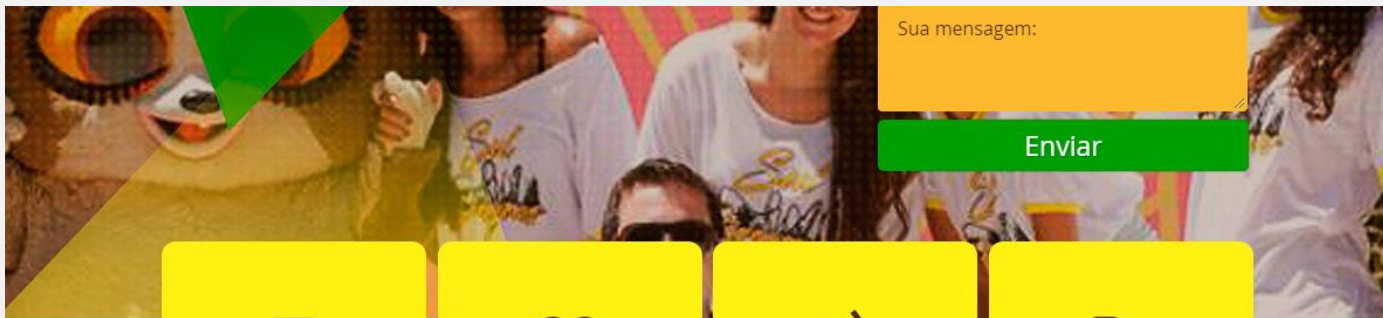
 Estrutura montada para maior eficiência dos treinos	 Ambiente aberto e confortável	 Reserva de horários	 Planos para os mais variados objetivos
 Atendimento Residencial	 Treinos novos Diariamente	 Treinos Personalizados	 Grupos Pequenos

  Melhora da flexibilidade

DIFERENCIAIS • Exemplo 3



DIFERENCIAIS • Exemplo 4



Sua mensagem:

Enviar



TRADIÇÃO
10 ANOS NO MERCADO
DE TURISMO



EXPERIÊNCIA
DIVERSAS INSTITUIÇÕES
DE ENSINO



VARIEDADE
PACOTES PARA DIFERENTES
PROPÓSITOS



EXCLUSIVO
PACOTES
PERSONALIZADOS

VIAGEM DE FORMATURA
VENHA VIVER MOMENTOS INCRÍVEIS E INESQUECÍVEIS COM MUITA DIVERSÃO!

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.

[Exemplo](#)

FONTE



Se possível, é bom usar uma mesma família da fonte 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. O tamanho da fonte é muito importante também, o tamanho, por si só, já informa se o texto é um título, um parágrafo, uma chamada e etc. Então escolha um tamanho adequado para cada função do texto/frase/chamada. O tamanho da fonte é especialmente importante porque o Google avalia se o tamanho é adequado para a leitura, principalmente no mobile. O tamanho da fonte **não pode ser pequeno demais**, isso prejudica diretamente no preço dos anúncios do cliente, por que isso afeta o índice de qualidade da página.

[Exemplo](#)



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. Também é bom dar uma “editada” nas imagens e não colocar elas quadradas na página. Como assim? [Exemplo](#)

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.

[Exemplo](#) *Está no meio da página

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 páginas como “pagina.psd” pode gerar trabalho 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 importante 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 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.

[Clique aqui para ver a Área Verde](#)

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 “encheção de linguiça”. :D

[Clique aqui para ver a Área Escura](#)

ÁREA AZUL



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

[Clique aqui para ver a Área Azul](#)



PESQUISE TAMBÉM

IMAGERY • <https://material.io/design/communication/imagery.html>

TEXT PROTECTION **SCRIM** • <https://material.io/design/communication/imagery.html>