



Chega de amadorismo Use técnicas profissionais E FAÇA MUITO SUCESSO NA WEB

Estrutura, design e conteúdo, marketing, redes sociais e mobile: conheça e use esses cinco pilares para vencer na internet

➤ Mais do que ter um mero site ou plataforma na internet é preciso traçar estratégias e um passo a passo para se dar bem na web. De acordo com analistas de mercado entrevistados pela Revista W, são cinco os pilares fundamentais nos quais se baseia uma boa estratégia digital: estrutura, design e conteúdo, ferramentas de marketing, redes sociais e mobile. Nesta reportagem, especialistas nas cinco áreas dão dicas preciosas de como criar uma estratégia para investir na internet sem errar e, por fim, fazer sucesso nessa mídia eletrônica.

INVESTIMENTO

Antes de entrar nas questões práticas, é importante ressaltar o possível retorno que um projeto eletrônico pode trazer. "Somente na internet dá para mensurar o retorno investido em cada centavo. Em outras mídias ocorre o que chamamos de 'marketing da esperança'. Por exemplo, você faz um anúncio para televisão e fica na esperança de que alguém entre em

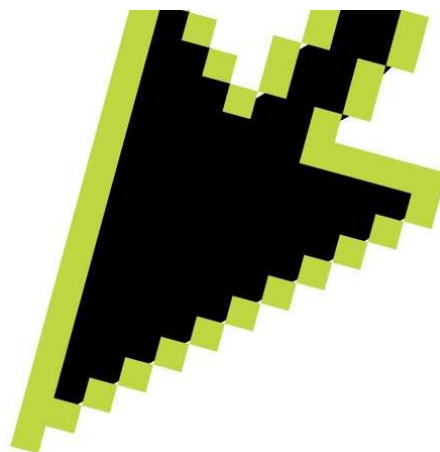
contato", brinca Leandra Soares, diretora de planejamento da Agência KI (www.kiagencia.com.br). A empresa desenvolveu mais de 500 projetos de marketing para marcas como Odebrecht e OAB.

Casos emblemáticos comprovam a teoria de que fazer sucesso na internet é mais fácil e barato. A operação on-line do Magazine Luiza, por exemplo, tornou-se tão grande que uma pequena loja deu origem a uma gigante de varejo. Já a Dafiti iniciou seus negócios no meio digital, mas o retorno foi tanto que em 2015 uma loja física com 400 m² na Rua Oscar Freire, a mais famosa da cidade de São Paulo no segmento de roupas.

Se é proprietário de um negócio, um serviço ou uma loja virtual, entenda os cinco passos para ganhar dinheiro. "A web é o vendedor do futuro. Atingir seu público é mais fácil do que gastar a sola do sapato e ir atrás de clientes", diz Gabriel Arnone, CEO da agência digital Geração Interativa (<http://geracaointerativa.com.br>).

TEXTO BIANCA BELLUCCI
ARTE ALEXANDRE NANI

ESTRUTURA



HOSPEDAGEM DO SITE E ATENDIMENTO AO CLIENTE COM EXCELÊNCIA SÃO ESSENCIAIS

➤ Hoje, ter uma boa estrutura para um site deixou de ser necessidade e tornou-se diferencial. Por exemplo, um mesmo livro é vendido na Saraiva, no Submarino e na Livraria Cultura. Já o preço raramente apresenta uma mudança significativa de um lugar para o outro. O que faz com que uma pessoa procure pelo seu negócio em vez do concorrente é o suporte. “Um bom atendimento mantém relacionamento com o cliente e, quanto mais opções de pagamento, maiores as chances de o consumidor comprar o produto. A infraestrutura robusta é o caminho para o sucesso”, afirma Felipe Morais,



QUEM FALA



FELIPE MORAIS
Faculdade Impacta Tecnologia
(www.impacta.edu.br).

De acordo com especialista da Impacta, infraestrutura robusta é caminho para sucesso



ENTRE COM O PÉ DIREITO

- Recorra a ferramentas de segurança.
- Pesquise a reputação da empresa de hospedagem antes de contratá-la.
- Ótimo atendimento é essencial.
- Varie canais de contato: e-mail, chat, telefone e redes sociais.

coordenador dos cursos de MBA em marketing digital e MBA em e-commerce da Faculdade Impacta Tecnologia (www.impacta.edu.br).

O primeiro passo para ter uma boa estrutura é contar com um serviço de hospedagem decente. É mais indicado contratar uma empresa que tenha esse produto como seu carro-chefe e não uma grande marca que dedique apenas 5% de seus serviços a ele. “Da mesma forma que você procura um especialista em finanças para trabalhar com a área financeira da sua empresa, você deve procurar uma companhia que seja especialista em hospedagem e não alguém que ofereça um pouco de tudo. Nós indicamos principalmente a Locaweb”, conta Arthur Domingues, CEO da Agência Small (www.agenciasmall.com.br), que trabalha com pequenos e médios empreendimentos como Angra dos Reis Boutique Hotel e First Academia. Para saber mais sobre as opções de hospedagem e seus valores mensais, confira o quadro “Melhores hospedagens do Brasil”.

A boa estrutura não vale apenas para

MELHORES HOSPEDAGENS DO BRASIL

Com o intuito de ajudar a escolher a melhor hospedagem, o Melhores Hospedagem de Sites (<http://goo.gl/eSRkpr>) classifica as empresas que oferecem o serviço no País. O portal mantém uma tabela com itens como preço, espaço de armazenamento e taxa de transferência. Alguns destaques de abril eram:

Locaweb (R\$ 12,90 por mês e armazenamento ilimitado).

GoDaddy (R\$ 9,99 mensais e 100 GB de armazenamento).

UOLHost (R\$ 26,90 por mês e armazenamento ilimitado).

Na página 76 da **Revista W** também há um tabelão que pode ajudar a encontrar o melhor provedor, com planos e serviços personalizados.

HOSTS: É
INDICADO
CONTRATAR
UMA
EMPRESA QUE
TENHA ESSE
PRODUTO
COMO SEU
CARRO-CHEFE

Melhores
Hospedagem de
Sites: página
ranqueia empresas
de hosts

manter seu site de pé e rápido, ela dá mais segurança para você e seus clientes e ainda protege o portal contra possíveis ataques maliciosos. “Nossa empresa passou as últimas duas semanas de abril segurando um ataque de Google Bomb. Se nós não tivéssemos usado plug-ins de segurança e uma hospedagem com fluxo de banda alta, com certeza teríamos problemas”, afirma Arnone.

Os especialistas entrevistados pela **Revista W** ainda alegam que as empresas que não se preocupam com esses detalhes estão taxadas a perder clientes e até acabar falindo. “Existe muita marca que vende produto ruim, sem atendimento adequado, que demora na hora de entregar a mercadoria, entre outros aspectos. Isso mancha a imagem do e-commerce no Brasil”, diz Domingues. Juliano Pozati, sócio-diretor da Pozati Comunicação (www.pozati.com), agência que atua há 12 anos com comunicação integrada, completa: “O brasileiro ainda não confia 100% nas operações on-line”.

Então, busque sempre o melhor. Toda infraestrutura do seu negócio deve ser desenhada e pensada para proporcionar maior segurança ao cliente e a você, otimizando a produtividade e o processo por trás da operação. “Depois de fazer o dever de casa para questões que envolvem a estrutura on-line, planeje bastante sua parte off-line”, aconselha Leandra. “Realize treinamentos com sua equipe para operar essas plataformas, crie scripts de atendimentos via chat e redes sociais, além de telefone e e-mail. Sua marca precisa ter uma voz única. O que você comunicar em seus anúncios deve entregar em seu atendimento.”

Melhores Hospedagem de Sites

Rank, Empresas, Dicas, Reviews de hospedagens

Melhores Hospedagem de Sites

Ajuda

Empresas

Sobre

Contato

Melhores Hospedagem de Sites

Escolher a melhor empresa **hospedagem de sites** é fundamental para o sucesso do seu site. Entre uma infinidade de empresas, poucas **hospedagem de sites** oferecem um serviço confiável e de qualidade.

Escolher a **hospedagem de sites** é a tarefa mais importante na criação de um site. Pode até soar como exagero, mas é a pura verdade. Uma **hospedagem de sites** ruim pode prejudicar o SEO, espantar os visitantes e criar uma infinidade de problemas. O pior deles é o risco de ter o site apagado acidentalmente e, que você construiu. Isso é até comum em hospedagens amadoras, mas fique tranquilo, numa **hospedagem profissional** isso não acontece.

Conheça as 10 melhores empresas de hospedagem de sites

Para ajudar na escolha da **melhor empresa de hospedagem de sites**, elaboramos um Ranking com as empresas de hospedagem de sites.

#	Hospedagem	Preço	Disco	Transf.	Uptime	Nota	Ende

CONTEÚDO E DESIGN

TEXTOS E IMAGENS DEVEM SER USADOS DE ACORDO COM O PERFIL DE SEU PÚBLICO



➤ Após escolher uma boa estrutura para seu site, está na hora de pensar no visual e no conteúdo. No primeiro quesito, leve em consideração que imagens bem colocadas e oportunas valem muito. Crie um layout que rapidamente desperte a atenção dos internautas e remeta a sua marca. “Faça alguns questionamentos na hora de criar o design. Por exemplo, meu site faz o usuário se sentir confortável para dar continuidade à navegação? Passa credibilidade e profissionalismo? As informações foram organizadas com uma arquitetura da informação



QUEM FALA



GABRIEL ARNONE
Geração Interativa
(geracaointerativa.com.br).

Geração Interativa: escolha de cores, de acordo com público, é diferencial

pensada e de forma persuasiva que leve meu cliente a consumir todo o conteúdo que deseje?”, conta Leandra.

Arnone também indica a paleta de cores que combina melhor com cada tipo de público. Variações de roxo e rosa servem mais para quem possui clientes mulheres. Já verde e vermelho são cores para os homens. O azul e branco são tonalidades neutras que atraem ambos os gêneros. “Sempre utilize elementos e

LAYOUTS GRATUITOS



Geralmente, toda plataforma de site disponibiliza dois ou três modelos para você criar seu portal. Porém, eles são simplistas e só quem sabe mexer com os códigos de HTML consegue torná-los especiais e únicos. Se você não faz parte desse grupo, então procure por layouts gratuitos e que tenham a cara da sua empresa. Entre os sites que oferecem designs gratuitos estão Layout Tudo Grátis (<http://goo.gl/zKBFCrr>), Template Monster (<http://goo.gl/dCnrc0>) e Modelo de Sites Gratuitos (<http://goo.gl/Pi44aH>). Na hora de baixá-los preste atenção se o molde é compatível com a plataforma que seu portal está instalado. Verifique se o layout serve para CSS, HTML, WordPress ou outro formato.

ENTRE COM O PÉ DIREITO

- Estude teoria das cores e a aplique de acordo com o público.
- Um bom site deve ter as informações facilmente divididas.
- Aplique técnicas de SEO em seus textos, para aparecer em buscadores.
- Conteúdo de qualidade podem virar propaganda em redes sociais e em e-mail marketing.

cores que, além de noticiar o que você pretende, vão induzir a alguma ação,” aconselha o CEO da Geração Interativa.

Com relação ao conteúdo, além de ser um dos principais critérios usados pelo Google para definir seu ranking, é ele que atrai o público para seu site. “Podemos considerá-lo o rei. É por meio dele que os clientes vão perceber sua qualidade, diferenciais de serviço e produtos, seu comprometimento com atendimento e os valores do seu negócio”, afirma Leandra. Por isso, mantenha seu conteúdo sempre atual e engajado com o que sua empresa oferece.

“Não é porque é virtual que você coloca lá e ele vai se vender sozinho. Não adianta especificar os tipos de serviço que sua empresa oferece e nunca mais atualizá-los. Alguém pode bater o olho e ver que uma das soluções é muito antiga ou que não se usa mais”, diz Domingues. Caso também possua um blog vinculado a seu portal, sempre o alimente com posts novos. “Estamos na era da conectividade e da informação. Tudo é dinâmico, segundo a segundo tudo muda. Manter o conteúdo atual e alinhado com as tendências mais recentes é de vital importância para não correr o risco de ser interpretada como uma empresa parada

no tempo”, afirma Pozati.

Se puder, contrate um especialista para administrar o conteúdo. O profissional saberá exatamente o que seu negócio precisa e aplicará técnicas que farão seu site despontar nos mecanismos de busca. “O conteúdo tem um peso enorme para Google, Yahoo e outros. Na verdade, ele é um dos fatores principais que esses buscadores levam em consideração para criar seu ranking”, conta Leandra. “Cuide com bastante carinho de seu conteúdo, invista tempo e profissionalismo. Também peça para o especialista aplicar técnicas de SEO para atender tanto a usuários que vão visitar seu portal como também a mecanismos de busca.”

A atenção redobrada com o conteúdo também vale para ser aplicada em outras opções de ferramentas de marketing. “Faça-o de forma bem-feita, pois ele pode transformar seu site em uma referência de pesquisa. Os melhores conteúdos podem acabar virando propagandas em redes sociais e e-mail marketing, além de dar ideias de palavras-chave para as campanhas”, diz Moraes. Falando em ideias de publicidade, aprenda a seguir como usar as principais plataformas do setor.

FERRAMENTAS DE MARKETING

SITES, BUSCADORES E E-MAIL MARKETING SÃO AS PRINCIPAIS FORMAS DE DIVULGAÇÃO

➤ Cerca de 90% do faturamento de um e-commerce tende a ser composto de três canais. São eles: site, buscadores e e-mail marketing. “Isso é uma tendência, não uma regra. A dica é deixar esses pilares redondos, que são os pontos básicos e importantes, e depois investir em plataformas mais sofisticadas”, diz o coordenador dos cursos da Faculdade Impacta Tecnologia.

Partindo desses três pilares, as dicas para fortalecer o primeiro ponto, o site, já foram apontadas pelos especialistas nos tópicos anteriores. Tenha uma estrutura robusta, conte com um layout



QUEM FALA



LEANDRA SOARES
Agência KI
(www.kiagencia.com.br).

Agência KI: para especialistas da empresa, Facebook é ótima opção para conhecer seus clientes

atrativo e que identifique sua marca e, por fim, produza conteúdo engajado e que seja sempre atualizado. O segundo canal, buscadores, funciona a partir dos links patrocinados e técnicas de SEO. O mais conhecido no setor é o Google AdWords. Na prática, o usuário escolhe palavras-chave que tenham mais relação com seu negócio e, toda vez que alguém coloca o termo na busca, seu site aparece no topo da pesquisa ou no lado direito da tela. Já as técnicas de SEO

Página do Google
AdWords: anunciar no
principal buscador do
mundo é primordial

ajudam seu site a aparecer melhor na busca orgânica (aquela que não é paga). Algumas dicas para impulsionar seu portal são: utilize palavras-chave e negrito no conteúdo, use imagens para balancear com os textos e crie um relacionamento com blogs e empresas que tenham relação com seu negócio.

O último tópico é o e-mail marketing. Uma das ferramentas mais antigas para publicidade on-line, ela possibilita criar relacionamento e gerar identificação com o cliente por meio de

ENTRE COM O PÉ DIREITO

- Anuncie em mecanismos de busca, como o Google AdWords.
- Valorize campanhas pagas em redes sociais, como Facebook e Twitter.
- E-mail marketing segue sendo uma técnica barata e eficaz de atrair clientes.
- Um bom planejamento em marketing aumenta, em média, 30% do faturamento de uma empresa.

PÚBLICO-ALVO

+ Não adianta investir em ferramentas de marketing se você não souber quem realmente é seu público-alvo. Sem ele determinado não dá para escolher as plataformas corretas para atingi-lo. Por isso, faça pesquisas e crie uma persona modelo (por exemplo, o perfil do seu cliente é igual ao da Maria, que tem 25 anos, mora na cidade de Santo André e aos finais de semana frequenta os barzinhos da Rua Augusta).

Depois de saber certinho quem é seu público está na hora de captá-lo. Para isso, os especialistas entrevistados pela **Revista W** apontam que as melhores ferramentas são Google e Facebook. “Na hora de usá-los, lembre-se de que no primeiro o usuário já tem intenção de conferir seu produto ou serviço, enquanto que no segundo é gerada uma emoção ou indução para ver seu negócio”, diz Leandra Soares, diretora de planejamento da Agência KI.



um canal de comunicação direto e personalizado. Com um código a ser seguido, o chamado Código de Autorregulamentação para a Prática de E-mail Marketing (CAPEM), o usuário precisa cumprir as regrinhas para fazer bom proveito da plataforma. Entre elas estão: o remetente deve disponibilizar no rodapé da mensagem a opção de opt-out (descadastro) e somente pode enviar e-mails por um endereço eletrônico vinculado a seu nome de domínio próprio (por exemplo, contato@nomedasuapropriaempresa.com.br). Para conferir a lista completa, acesse o link: www.capem.org.br. Vale lembrar também que para usar essa ferramenta é importante ter um mailing próprio. Um comprado, alugado ou emprestado compila e-mails obtidos por desvios de cadastros e rastreamento automático em diversos sites, o que pode atrapalhar sua reputação em geral.

Com os três pontos alinhados, você pode começar a investir em outras formas de publicidade. Entre elas estão banners (que aparecem em

locais estratégicos de sites), remarketing (anúncios que impactam clientes que abandonaram compras ou saíram de seu portal sem executar uma ação), aplicativos (como o Waze) e redes sociais (você confere no próximo tópico tudo sobre essas mídias). “O que costumamos aplicar é um mix de diferentes canais, ferramentas e oportunidades. Nunca usamos uma plataforma sozinha. Na prática, isso apresentará um investimento mais bem aproveitado, resultados elevados e sustentáveis, não gerando total dependência”, diz Domingues.

Arnone também garante que outra fórmula de sucesso é: Facebook ADS + Google AdWords + remarketing. “A combinação dessas ferramentas equivale a um ROI (retorno sobre investimento) de no mínimo 30%”, afirma o CEO da Geração Interativa. “Nossos clientes possuem um ROI médio de 180% a 542%. Inclusive, em nossa última campanha para uma imobiliária, vendemos R\$ 20 milhões por meio da expressão que apresentei.”

REDES SOCIAIS

PRESENÇA É OBRIGATÓRIA EM PÁGINAS DE FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM

Agência | Oportunidades | Blog | Artigos & Pesquisa | Tutoriais | Pozati Filmes | Contato +55 11 3539.4347 contato@pozati.com

pozati comunicação

PORTFÓLIO SOLUÇÕES POZATI FILMES NOVIDADES CONTATO



Criatividade Pró-ativa

Bom gosto e inovação exatamente quando sua empresa mais precisar! Conte com a gente!

➤ As redes sociais também são ferramentas de marketing, porém, elas são tão usadas hoje que merecem um tópico exclusivo. Entre as mais populares estão Facebook, Instagram e Twitter. Porém, não é porque essas mídias são famosas que você necessariamente precise ter um perfil em todas. “Antes de investir, é preciso conhecer profundamente quem é seu público-alvo. Com isso resolvido, você precisa primeiro entender como o seu conteúdo poderia interessar a ele nas mídias sociais. Só depois você pode escolher os melhores canais”, afirma Pozati. “Acho inútil sair investindo em



QUEM FALA



JÚLIO POZATI
Pozati Comunicação
(www.pozati.com).

Pozati: investimento em redes sociais de R\$10 por dia e o retorno é garantido

ENTRE COM O PÉ DIREITO

- Analise a plataforma e seu público antes de investir em redes sociais.
- Por R\$ 10 ao dia, é possível iniciar uma boa campanha.
- Redes sociais de nicho podem trazer mais resultados que as mais populares.
- Use linguagem despojada nas redes, independentemente de seu negócio.

CASE DE SUCESSO

+ O documentário *Data Limite Segundo Chico Xavier* reúne autoridades que discutem as previsões do médium sobre transformações que podem ocorrer em escala global. Por causa da verba limitada para o lançamento, os envolvidos decidiram que a melhor forma de atrair o interesse do público seria pelas redes sociais. “Cerca de oito meses antes da estreia, compartilhamos cada conquista, descoberta e passo da produção pelo Facebook”, diz o sócio-diretor da Pozati Comunicação e um dos diretores do filme, Júlio Pozati.

Acertando em cheio, o número de curtidas logo atingiu a casa dos milhares, e o documentário começou a ser conhecido no meio. “Sua base de fãs na rede social permitiu que o documentário se tornasse pauta nos principais veículos de comunicação do segmento e impulsionou uma série de eventos por todo Brasil”, afirma Pozati.

Hoje, o *Data Limite* possui legendas em sete idiomas e foi assistido por mais de 1 milhão de pessoas em 171 países. A página no Facebook, com mais de 77 mil curtidas, ainda é alimentada frequentemente. “Tudo isso ocorreu graças à estratégia de propagação e divulgação baseada nas mídias sociais e, principalmente, na rede de Mark Zuckerberg”, afirma o diretor.

tudo de uma vez sem antes entender seu consumidor. Já vi perfis no Twitter de grandes empresas com 200 seguidores. Um mico on-line! Ficou claro que a estratégia não foi pensada e que os clientes dessa empresa não usam tal ferramenta.”

“Outro ponto importante a se considerar é que as mídias sociais são espaços de entretenimento, descontração e interação dos usuários. Um cliente não entra no Facebook ou no Instagram para saber a última novidade da marca ‘X’. Ele entra para conversar com um amigo, publicar uma foto e saber o que se passa com as pessoas do seu convívio. Para a

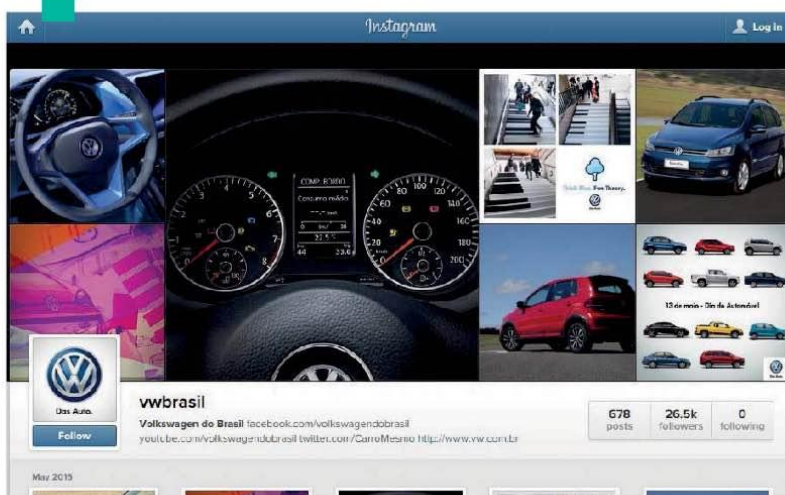
propaganda se inserir nesse contexto sem se tornar chata nem inconveniente é preciso, mais uma vez, conhecer muito bem seu público-alvo”, afirma Pozati.

O Facebook e o Twitter são mídias sociais que servem para qualquer porte de empresa, dos mais diferenciados segmentos. Mais do que mostrar as novidades de sua marca, essas redes são usadas para estreitar o relacionamento com seu consumidor. “Não são apenas para vendas. Elas têm o objetivo de gerar relacionamento e SAC 2.0. Ouça e responda. Antes de pensar em campanha, converse. Seja menos mídia e mais social”, aconselha Moraes. As duas mídias também são famosas pela liberdade e brincadeiras. Tente não parecer tão careta e abuse de seu lado humanitário para fortalecer sua ligação. Vale lembrar também que, para aparecer, é necessário impulsionar seus posts. Os

Instagram com Volkswagen: grandes marcas começam a aparecer na rede social

valores diários começam a partir de R\$ 10.

“Já o Instagram é melhor para negócios relacionados aos seguintes assuntos: bem-estar, dieta, fitness, moda, comida, decoração, entre outros setores que abusam do visual”, diz Leandra. O público que frequenta essa mídia tende a ser mais jovem (37% dos usuários possuem entre 16 e 24 anos, de acordo com a Global Web Index, consultoria chinesa especializada em audiência na internet) e busca dicas práticas. Aqui, cabe o clichê que diz que “uma imagem vale mais do que mil palavras”, pois o que realmente importa nessa rede são as fotos, poucos param para ler e só o fazem se a fotografia chamou a atenção. Vale lembrar também que recentemente o Instagram abriu seus portões para os anúncios patrocinados. Embora o serviço não tenha seus valores divulgados e ainda esteja limitado para grandes marcas, tudo indica que logo será possível usar a rede para promover seu negócio.



UNIVERSO MOBILE

SITES RESPONSIVOS E ESTRATÉGIAS FOCADAS EM MOBILIDADE SÃO ESSENCIAIS

➤ **“Se uma marca não está no mobile, ela está pelo menos três anos atrasada. São mais de 105 milhões de smartphones no Brasil, sendo que a ligação é o quarto item do que as pessoas mais fazem com o aparelho”, afirma Moraes. “Hoje, é comum que mais de 25% dos acessos a um site venham de celulares e cerca de 60% dos usuários acessem o Facebook pelo dispositivo.” Com esses números tão expressivos, o universo mobile já se tornou uma das prioridades para quem quer fazer bonito na internet.**

Ter um site responsivo deixou de ser um plus para se tornar algo básico. Inclusive, em abril, o Google passou a considerar o fato de um portal ter uma versão para mobile como um requisito de ranqueamento. “Essa não é bem uma novidade. Nós já prevíamos que não ia demorar muito para que o buscador desse preferência para esse tipo de conteúdo”, diz Arnone.

Esperto é aquele que já está usando o serviço a seu favor. Por exemplo, para promover o novo *Jurassic Park*, a Universal Pictures modificou seus posts. Em vez de usar o formato quadrado, que se adapta perfeitamente ao layout do Facebook nos PCs, eles usaram imagens retangulares na vertical, o que permite um ajuste perfeito nas telas dos smartphones. “Eles não fizeram isso por acaso ou simples modismo. Certamente, o estúdio conhece suficientemente bem seu público para saber que a maioria das pessoas acessaria tal informação pelo celular e não pelo computador”, diz Pozati.

Para entrar na onda, contrate um especialista que ficará responsável por

QUEM FALA



ARTHUR DOMINGUES
Agência Small
(www.agenciasmall.com.br).

adequar perfeitamente seu site às telas de smartphones. São duas formas de transformar seu layout. A primeira é criar um modelo totalmente diferente e feito exclusivamente para os celulares. A segunda é adaptar o design aos dispositivos (são aqueles famosos sites que possuem “m.” antes do endereço). Veja qual a melhor opção para seu negócio e mande bala para fazer sucesso na web! **W**

ENTRE COM O PÉ DIREITO

- Em média, 25% dos acessos de um site vêm do mobile.
- Plataformas responsivas são obrigatórias para agradar a diversos públicos.
- Google dá nota mais alta a sites com boas versões para dispositivos portáteis.
- 60% dos usuários de redes sociais fazem o acesso pelo telefone.

Agência Small: o ideal é oferecer sempre o melhor, para cativar o público desconfiado

