



CBM VET

Maritime Vocational Education and Training

PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS PARA WEBSITE

- 9 PASSOS A SEGUIR

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



Co-funded by
the European Union



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

- quando falamos do mundo web, falamos de um meio em que temos **poucos segundos para conseguir captar a atenção** de um visitante;
- forma como é apresentado o conteúdo é extremamente importante para captar a atenção dos visitantes.



Co-funded by
the European Union

Passo 1: Definir o objetivo

- qual é o objetivo do website;
- a quem se dirige;
- o que pretendemos que as pessoas façam.



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training



Co-funded by
the European Union

Passo 1: Definir o objetivo



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

- é um website institucional que quer dar a conhecer produtos e serviços? Ou é um website sobre uma determinada temática, com artigos? Qual é o público-alvo? Queremos que as pessoas entrem em contacto, que visitem outras páginas, que subscrevam alguma coisa?
- Para ajudar a responder a estas perguntas, é então útil olhar para a concorrência e perceber o que estão a destacar e se queremos ir pelo mesmo caminho ou marcar a diferença.



Co-funded by
the European Union

Passo 2: Estruturar o website e identificar o foco de cada página



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

- Da mesma forma que o website tem um objetivo, cada página tem também de ter um foco. Assim, a produção de conteúdos para website é mais eficaz se for ao encontro da informação que os utilizadores procuram.
- Fazer uma avaliação de SEO (Search Engine Optimization), identificando as keywords que vão ser trabalhadas em cada página e que mais respondem às pesquisas feitas para cada temática. É igualmente necessário trabalhar todos os elementos meta que devem constar no head da página. Só assim será possível potenciar um bom ranking nos resultados das pesquisas do Google para os tópicos que estamos a abordar.



Co-funded by
the European Union

Exemplo de uma tabela para definir e criar a estrutura do website:



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

Domínio	http://www.xxx.com
Objetivo:	Apresentação institucional da empresa xxx
Página #1	Homepage
Objetivo:	
URL	
Title	
Description	
Keywords	
H1	
Página #2	Quem Somos
Objetivo:	
URL	
Title	
Description	
Keywords	
H1	
(...)	



Co-funded by
the European Union

Passo 3: Organizar o conteúdo de cada página

- Definido o foco de cada página, o conteúdo deve ser organizado e trabalhado de forma detalhada.
- A estrutura pode ser desenhada tendo por base os headings e subheadings para haver quebras e o artigo “respirar”, assim como para que cada área da página esteja bem identificada.
- Desse modo, é mais fácil reconhecer o conteúdo quando se está a fazer o scan da página.
- Nesse sentido, importa tomar nota de que cada página só deve ter um H1, seguindo-se em termos de hierarquia os H2 e os H3, consoante a relação entre os vários temas.



Passo 4: Escolher bem as palavras e as frases



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

- o esquema bem definido da página permitirá ter uma noção mais clara da mensagem que deve ser passada em cada tópico.
- Na produção de conteúdo para website deve ser pesada cada palavra, cada frase e cada parágrafo.
- Tudo deve estar organizado de forma que crie uma narrativa. Por isso, devemos questionar continuamente: “esta linha faz avançar a narrativa e motiva o leitor a continuar a ler?”



Co-funded by
the European Union

Passo 5: Optar pelo tom e pelo registo certos

- Deve optar pela voz ativa e por falar diretamente para o leitor.
- A escrita deve ainda ser clara e concisa, salientando o uso da enumeração (através de pontos ou números) e de expressões ou frases a negrito. Assim, orientamos o olhar para a informação mais importante.



Passo 6: Responder às principais questões



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

- A produção de conteúdo para website deve, ainda, procurar responder a um conjunto de questões que permitem identificar de uma maneira mais direta o que está em causa, por exemplo:
 - Qual é a oferta?
 - Porque é importante?
 - Onde está disponível?
 - A quem se destina?
 - Como funciona?



Co-funded by
the European Union

Passo 7: Incluir elementos que provem o nosso valor

- O valor da nossa proposta deve ficar claro num conjunto de elementos que exemplificam e comprovam o nosso valor. Tal é o caso de dados e estatísticas, testemunhos, mas também avaliações ou case studies.



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training



Co-funded by
the European Union

Passo 8: Escolher bem os elementos visuais



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

- Se cada página tem um objetivo, este deve ser materializado num encorajamento à ação. Esta pode consistir em fazer um contacto ou uma subscrição, efetuar uma compra ou consultar outras áreas do website. Daí, expressões como “Contacte-nos”, “Fale connosco”, “Subscreva” ou “Saiba Mais”, frequentemente utilizadas nas páginas de um website.
- Todas as regras e todos os passos são importantes e podem resumir-se no grande objetivo de criar um website que seja encontrado e que faça o match perfeito entre aquilo que queremos comunicar e aquilo que as pessoas procuram.



Co-funded by
the European Union

Passo 9: Encorajar os leitores a agir



CBM VET
Maritime Vocational Education and Training

- Se cada página tem um objetivo, este deve ser materializado num encorajamento à ação. Esta pode consistir em fazer um contacto ou uma subscrição, efetuar uma compra ou consultar outras áreas do website. Daí, expressões como “Contacte-nos”, “Fale connosco”, “Subscreva” ou “Saiba Mais”, frequentemente utilizadas nas páginas de um website.
- Todas as regras e todos os passos são importantes e podem resumir-se no grande objetivo de criar um website que seja encontrado e que faça o match perfeito entre aquilo que queremos comunicar e aquilo que as pessoas procuram.



Co-funded by
the European Union