

Erros a evitar na criação do website

By Luís Melo

Escrito em Maio 2012

Neste post eu dizia que “quando se cria uma Empresa já não se pensa só no espaço físico” mas “também em criar um website, e um perfil nas redes sociais”. Num outro post abordei a questão das redes sociais. Hoje falo sobre os websites.

Tal como na criação dos perfis das redes sociais, também na construção de um website é preciso saber o que se está a fazer. E não se pode cometer certo tipo de erros. Erros esses que custam a fuga de Clientes ou potenciais Clientes.

Já por várias vezes me aconteceu estar a navegar na procura de algum produto ou serviço, entrar num website de uma Empresa ou Instituição, e acabar por desistir aborrecido ou por não conseguir encontrar a informação pretendida.

Vejamos então alguns dos erros que as Empresas devem evitar cometer nos seus websites:

Compatibilidade: A utilização de browsers está hoje muito distribuída. Os Clientes usam Internet Explorer (25%), Chrome (25%), Firefox (20%), Safari (14%) ou outros. Pelo que o website da Empresa não deve ser exclusivamente compatível com apenas um deles.

Pop-ups: Talvez o 1º motivo pelo qual o Cliente imediatamente fecha o website. Além de serem chatos, e muitas vezes terem o botão “fechar” imperceptível, passam a imagem de que a Empresa está mais interessada em vender uma porcaria qualquer do que em querer servir o Cliente.

Anúncios móveis: São irritantes e perturbadores. Está o Cliente procura de informação no website, e sempre que faz scroll-down, lá vem aquela porcaria de anúncio atrás. Ter isso no website até pode trazer alguma receita á Empresa, mas com toda a certeza lhe retira Clientes.

Música: Novamente irritante e perturbador, principalmente se não é o género de música que o Cliente aprecia. Se o Cliente vai ao site da sua Empresa, é por uma questão de negócio e não lazer. Se ele quiser ouvir música vai a um bar ou concerto, e não à página da sua Empresa.

Flash: Pode ser muito bonito e espectacular, mas demora eternidades a carregar. O Cliente tem pressa e nesse espaço de tempo já encontrou outro website concorrente. Ele precisa de informação, não de entretenimento. Aceitam-se excepções para Empresas especializadas na área.

Pesquisa: Nos dias que correm, o Cliente tem muito pouco tempo para perder num website. Por isso se a informação não está rapidamente acessível (pode acontecer, por haver muita) o melhor mesmo é colocar uma caixa de pesquisa num local bem visível e de fácil acesso.

Contactos: Uma outra coisa que, a par da caixa de pesquisa, por vezes não existe ou está escondida são os Contactos. Esta informação é fulcral, pelo que deve sempre existir e estar bem visível. Doutra forma, como quer a Empresa que o Cliente a encontre ou contacte?

Informação: A única razão pela qual um Cliente acede à página é para retirar informação. Sobre o que a Empresa oferece ou faz, a sua missão e valores, onde está situada, que referências tem. Se isso não está lá, mais vale ter só o nome nas Páginas Amarelas.

Formatação: Um fundo preto com letras brancas ou amarelo com letras azuis até provoca estrabismo. O tipo de letra, a justificação e o alinhamento da informação são também muito importantes, para que tudo seja muito claro e de fácil compreensão para o Cliente.

Redes sociais: Muitas Empresas têm aqueles botões importantíssimos do Twitter/Facebook. Mas quando o Cliente os clica, ao invés de eles os levarem à página da Empresa na rede social, são botões de partilha. O Cliente não quer partilhar a vossa website quer seguir-vos!