

## PARA AVALIAR WEB SITES (foco da avaliação em VENDAS)

### Respostas

1. Declaração da oferta: você fala claramente o que a sua empresa oferece em termos de produtos e serviços na página principal?  Sim  Não
2. Declarações dos benefícios: os benefícios estratégicos do ponto de vista do cliente estão claramente indicados na página principal? (lembra-se do que vimos sobre cadeia de valor e sobre a importância de “olhar através dos olhos do cliente”).  Sim  Não
3. Indução à ação: você diz claramente o que o cliente deve fazer para comprar de sua empresa na página principal? Você indica os múltiplos canais de vendas à disposição do cliente (atendimento via chat, e-mail, telefone, lista de revendas etc.) Você “vende” pelo seu Web site?  Sim  Não
4. Depoimentos: você mostra na sua página principal frases colhidas de clientes sobre a experiência que eles têm tido com os seus produtos e/ou serviços? Essas frases são genuínas, espontâneas e refletem exatamente o que clientes reais disseram?  Sim  Não
5. Casos de sucesso: você mostra casos de sucesso de clientes que têm usado os seus produtos e/ou serviços na página principal (links para as páginas também são recomendados)? Na redação dos casos, você segue o formato “situação, desafio, visão da solução e resultados quantificados”?  Sim  Não
6. Idioma: o seu Web site está escrito em português correto? Está escrito de forma que qualquer pessoa tenha uma noção do que você está expondo? O foco está na informação e todas as expressões, siglas e definições do jargão tecnológico estão explicadas? Se redigido em inglês, o site está escrito em inglês coloquial correto e “localizado” (adaptado às práticas e à cultura do mercado-alvo)? Tem certeza? (a grande maioria dos sites traduzidos apresenta erros básicos).  Sim  Não
7. Conhecimento sobre o seu mercado: você sabe que tipos de públicos estarão visitando o seu site? O seu site está adequado para recebê-los? O seu site os espelha? (isso é fundamental no momento de selecionar as imagens fotográficas para o site, por exemplo).  Sim  Não
8. Educação: o seu site é educativo? Contém textos diversos sobre a sua linha de produtos e serviços e sobre a sua plataforma tecnológica com graus variáveis de especialização e destinados a públicos técnicos e não técnicos?  Sim  Não
9. Demos: seu Web site contém demos dos seus produtos ou soluções desenvolvidas? Contém *demos* que são *self-running* (os filminhos que podem ser vistos a qualquer hora) e *demos* ao vivo por meio de uma programação individual ou coletiva de seminários via Web?  Sim  Não
10. Navegabilidade: a navegação do seu site é fácil e intuitiva? Por produto ou serviço? Por indústria (verticalização)? Por tipo de necessidade? Seu site é eficiente, não exigindo muitos cliques para o internauta chegar até a informação desejada?  Sim  Não
11. Organização: o seu site está definido em torno dos interesses ou tarefas a serem executadas? (atenção especial à página principal).  Sim  Não
12. Menu de opções: seu site mostra opções como Empresa, Produtos ou Serviços, Demos, Suporte, Parceiros ou Clientes, Imprensa, Mapa do Site, Contato, entre outras?  Sim  Não
13. Parceiros ou clientes: dependendo do seu modelo de vendas (direto ao cliente final ou por meio de canais indiretos):  
Parceiros: se a sua empresa vende por meio de revendas, distribuidores e parceiros, seu site tem uma área exclusiva de suporte técnico e de vendas incluindo uma infra-estrutura de marketing e vendas, programação de treinamento com inscrição on-line, arquivos para download, documentação técnica, listas de preços, modelos de cotação e propostas e como fazer a compra? Áreas de apoio e discussão?  
Clientes: se a sua empresa vende direto ao cliente, seu site tem uma área exclusiva de download e suporte técnico para os seus clientes? Áreas de apoio e discussão?  Sim  Não

## PARA AVALIAR WEB SITES (foco da avaliação em VENDAS - continuação)

### Respostas

14. Imprensa: seu site tem uma área onde *press releases* são freqüentemente divulgados?  Sim  Não
15. Empresa: seu site mostra o histórico profissional dos seus principais executivos? Mostra a história da empresa? Mostra dados institucionais relevantes (prêmios, certificações, especializações internas etc.)?  Sim  Não
16. Linha de produtos ou serviços: seu site mostra cada produto ou serviço sob a luz do benefício estratégico? E também oferece forte conteúdo técnico (*datasheets*, *white papers*, análises de especialistas da indústria de TI etc.) sobre cada um?  Sim  Não
17. Suporte: seu site oferece FAQs? Suporte via chat? Mostra como contatar o seu suporte via telefone e e-mail? Define as condições do suporte técnico pessoal? (pago? horário?).  Sim  Não
18. Interatividade: o seu site permite a coleta de dados dos internautas que se cadastram para fazer downloads, ou receber *newsletters* via e-mail, ou se inscrever para cursos e palestras? Seu site envia uma confirmação (ou, no caso da *newsletter*, envia a *newsletter*) imediatamente para o internauta? As pessoas na sua empresa que são responsáveis pelas respostas a e-mails e formulários on-line (encontrados no seu site e enviados pelos internautas visitantes) respondem aos clientes em até no máximo 24 horas?  Sim  Não
19. Contato: seu site mostra seu endereço, telefones, fax e e-mail corporativo? Seu site também explicita seus horários de atendimento aos clientes e coloca a referência da sua cidade com o horário? (isso é importante se você atende ao mercado internacional).  Sim  Não
20. Beleza: seu site está bem apresentado? As cores, fontes e *layout* são adequados? As fotos usadas (da sua empresa ou compradas) são de ótima qualidade? A maioria das pessoas que vêem o site gosta do que vê?  Sim  Não

**Quanto maior o número de “Sim”, maior é o foco em vendas do seu Web site. Seu objetivo é atingir os 100% de “Sim”.**