

# 25 itens de um site que *vende*.

O roteiro que usamos no estúdio para revisar sites antes de publicar. Marque o que o seu site já tem — e descubra o que está travando seus contatos.

# Leve 10 minutos. Abra seu site *no celular*.

A maior parte das visitas chega pelo celular — então faça a revisão nele, como um cliente faria pela primeira vez. Marque cada item que o seu site cumpre de verdade. No fim, some os itens marcados.

**1**

Abra o site no celular, em uma aba anônima, usando 4G.

**2**

Percorra os 5 blocos marcando apenas o que está 100% resolvido.

**3**

Comece a corrigir pelos itens de Clareza e Conversão — eles pesam mais.

## SUA PONTUAÇÃO

**21–25** Site em ótima forma. Hora de investir em tráfego e conteúdo.

**14–20** Boa base, mas você está deixando contatos na mesa.

**0–13** O site provavelmente está afastando clientes. Vale uma reformulação.

# 01

## Clareza

O visitante entende em 5 segundos?

- ☐ 01 **O título diz o que você faz e para quem**  
Sem slogans vagos. “Sites para construtoras em SP” vence “Soluções que transformam”.
- ☐ 02 **Existe uma ação principal visível sem rolar**  
Um botão claro (“Solicitar orçamento”, “Falar no WhatsApp”) logo no primeiro bloco.
- ☐ 03 **O menu tem no máximo 7 itens**  
Nomes que o cliente usa: “Serviços”, “Portfólio”, “Contato” — não jargão interno.
- ☐ 04 **Cada serviço tem sua própria página**  
Uma página por oferta explica melhor, converte mais e ranqueia melhor no Google.
- ☐ 05 **Os textos são escaneáveis**  
Títulos curtos, parágrafos de até 3 linhas, listas. Ninguém lê blocos enormes no celular.

# 02

## Conversão

É fácil virar contato?

- ☐ 06 **WhatsApp a um toque, em todas as páginas**  
Botão flutuante com mensagem pré-preenchida dizendo de qual página a pessoa veio.
- ☐ 07 **Formulários com poucos campos**  
Nome, contato e uma pergunta. Cada campo extra derruba a taxa de envio.
- ☐ 08 **Chamadas para ação ao longo da página**  
Não só no topo: repita o convite depois de cada bloco de argumento.
- ☐ 09 **Página de obrigado após o envio**  
Diz o que acontece a seguir e permite medir conversões no Analytics e nos anúncios.
- ☐ 10 **Você sabe de onde vêm os contatos**  
Origem (Google, Instagram, anúncio) registrada em cada lead. Sem isso, não dá para otimizar.

## 03

## Confiança

Por que alguém escolheria você?

- 
- ☐ 11 **Portfólio ou cases reais, com contexto**  
Cliente, desafio e resultado. Imagens genéricas de banco não convencem ninguém.
  - ☐ 12 **Depoimentos com nome, cargo e empresa**  
Prova social identificável vale muito mais que frases anônimas.
  - ☐ 13 **Página “Quem somos” com pessoas de verdade**  
Rostos, história e forma de trabalhar aproximam — principalmente em serviços.
  - ☐ 14 **Contato completo e fácil de achar**  
Telefone, e-mail, cidade e horário no rodapé de todas as páginas.
  - ☐ 15 **Política de privacidade e aviso de cookies**  
Exigência da LGPD — e um sinal de profissionalismo para quem vai deixar os dados.
- 

## 04

## SEO técnico

O Google (e as IAs) entendem o seu site?

- 
- ☐ 16 **Cada página tem título e descrição únicos**  
É o que aparece no resultado da busca. Escreva pensando no clique.
  - ☐ 17 **Um único H1 por página, com hierarquia lógica**  
H1 → H2 → H3. Ajuda buscadores e leitores de tela a entender a estrutura.
  - ☐ 18 **Dados estruturados (Schema.org)**  
Empresa, endereço, FAQ e artigos marcados para aparecerem com destaque.
  - ☐ 19 **Imagens com texto alternativo**  
Descreva o que a imagem mostra. Bom para acessibilidade e para a busca de imagens.
  - ☐ 20 **Site cadastrado no Google Search Console**  
Com sitemap enviado — é a única forma de saber como o Google vê o seu site.
-

# 05 Performance

O site é rápido de verdade?

- ☐ **21 Carrega em menos de 3 segundos no 4G**  
Acima disso, boa parte dos visitantes desiste antes de ver a primeira dobra.
- ☐ **22 Nota verde no PageSpeed Insights (mobile)**  
90 ou mais em Performance. Core Web Vitals são fator de ranqueamento do Google.
- ☐ **23 Imagens em formato moderno e no tamanho certo**  
WebP/AVIF, redimensionadas para a tela. Uma foto de 5 MB no topo derruba tudo.
- ☐ **24 O layout não “pula” enquanto carrega**  
Nada de botão fugindo do dedo. Isso é medido pelo CLS e irrita muito o usuário.
- ☐ **25 Atualizações, backup e segurança em dia**  
Plugins desatualizados deixam o site lento e vulnerável. Backup diário é obrigatório.

**Atalho:** faça o diagnóstico gratuito em [tidigital.com.br/diagnostico](https://tidigital.com.br/diagnostico) — em até 60 segundos você vê as notas de velocidade, SEO e acessibilidade do seu site, com a lista do que corrigir primeiro.

# Marcou menos de 20 itens? A gente *resolve* para você.

A Tidigital é um estúdio de criação de sites em São Paulo. Todo projeto nosso já nasce cumprindo os 25 itens deste checklist — com design sob medida e código limpo.

Solicitar proposta →

- ✓ Proposta detalhada em até 48h
- ✓ Conversa direta com quem executa
- ✓ WhatsApp (11) 91566-3779