interweb

Gerado a 27/10/2026 23:01

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Páginas de aterragem: o que levam e porque não são a página inicial

SEO e Marketing

CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-MZ-KB-1216	v2026.10.10	Moçambique · Português

Interweb Moçambique
RLX Holdings, S.A. · Grupo RLX Holdings
NUIT 401 191 607 · NUEL 105 045 974 · CAE 62022

https://www.meu.interweb.co.mz/knowledgebase/1216

Páginas de aterragem: o que levam e porque não são a página inicial

SEO e Marketing Criado em **10 de outubro de 2026** 2 min de leitura



Uma **página de aterragem** (*landing page*) é a página para onde uma pessoa chega depois de clicar num anúncio, num e-mail ou numa publicação, e que tem **um só objectivo**: que ela faça uma coisa. Pedir um orçamento, inscrever-se, ligar, comprar. A página inicial tem de servir toda a gente; esta serve uma ideia.

O que uma boa página leva

Peça	Para que serve
Um título que repete a promessa de quem clicou	Se o anúncio diz “Orçamento grátis de pintura”, a página abre com isso. Mudar de assunto faz a pessoa sair.
Uma frase que explica o benefício	O que ganha, em linguagem simples, e não a lista de funcionalidades.
Uma só acção a pedir	Um botão, um formulário ou um número de telefone. Duas ou três opções dividem a atenção.
Prova	Duas avaliações verdadeiras, um logótipo de cliente, uma fotografia do trabalho. Veja **avaliações e reputação**.
Um formulário curto	Nome e contacto bastam para começar. Cada campo extra afasta gente.
Pouca navegação	Sem o menu completo do site, para a pessoa não ir passear.

Montar uma, passo a passo

1. **Escolha uma oferta e um público.** Uma página para “quem quer pintar a casa” e outra para “quem quer pintar a empresa”. Duas ideias numa página dão uma página fraca.

2 **Escreva o título com as palavras da pessoa.** Veja **como descobrir as palavras que escrevem**.

3 **Faça-a no seu site,** numa página normal do WordPress, sem o menu. Veja **criar e editar páginas no WordPress**. Num construtor visual como o Elementor, há modelos de páginas deste tipo.

4 **Teste no telemóvel.** É onde a maioria chega. O botão tem de se ver sem rolar, e o formulário tem de se preencher com o polegar. Veja **o que o Google verifica no telemóvel**.

5 **Faça uma página de agradecimento** depois do envio, com um endereço próprio. É nela que se mede quantos pedidos resultaram, no Analytics.

6 **Meça e melhore uma coisa de cada vez.** Visitas, cliques no botão, formulários enviados. Mude o título, espere, compare.

Uma página de aterragem não é para o Google, é para uma campanha.
Se for de anúncio pago, muitas vezes convém tirá-la dos resultados normais (veja **tirar uma página dos resultados do Google**) para não competir com as suas páginas verdadeiras. E nunca prometa na página o que o anúncio não cumpre.

Depressa vale mais do que bonita.
Uma página que demora a abrir perde quem veio de um clique pago. Evite vídeos pesados e imagens enormes. Veja **optimização de imagens e WebP**.

PRECISA DE AJUDA?

A sua página de aterragem abre devagar ou dá erro quando chega muita gente? Diga-nos o endereço e o dia da campanha.

Abrir um pedido de suporte →

VEJA TAMBÉM

- Criar e editar páginas no WordPress →
- Ligações UTM →

Anúncios online explicados

Hospedagem para WordPress

interweb

Interweb Moçambique

RLX Holdings, S.A. · Grupo RLX Holdings

NUIT	401 191 607
NUEL	105 045 974
CAE	62022
SEDE	Bairro 7 de Setembro Vilankulo 1304 · CEP 0411-02, Inhambane, Moçambique
CONTACTOS	info@interweb.co.mz · +258 84 635 1111 · +258 86 635 1111 · www.interweb.co.mz
HORÁRIO	2ª. à 6ª. Feira - 08 à 16 Horas Sábado & Domingo - Fechado

RLX-MZ-KB-1216 · v2026.10.10 · Gerado a 27/10/2026 23:01

Versão online deste documento