



## Guia Prático

# Websites empresariais

um Guia Prático de WB - Internet e Novas  
Tecnologias

<http://www.wb-internet.pt>

Janeiro / Fevereiro 2010

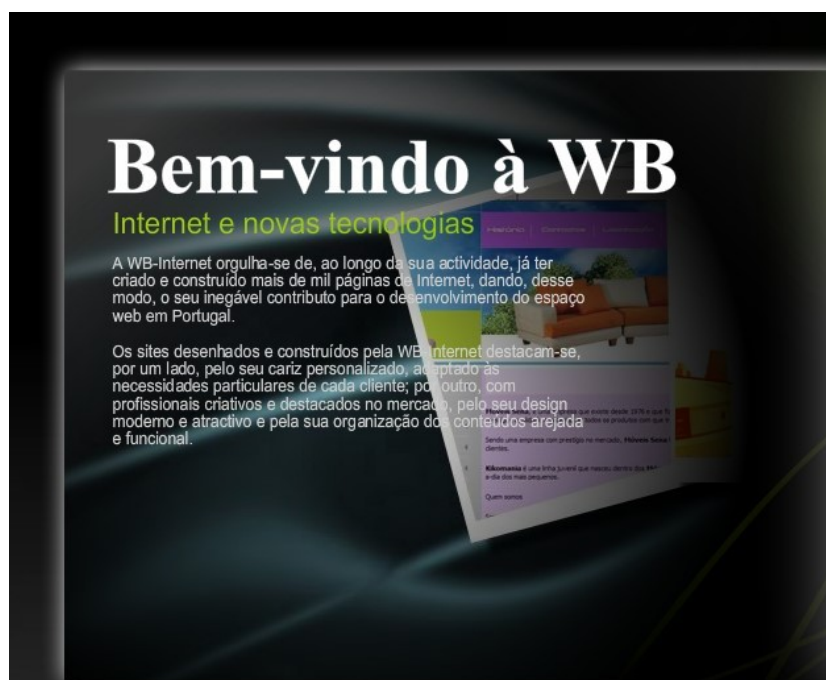
**Copyright WB - Internet e Novas Tecnologias,**  
todos os direitos reservados.

Este Guia Prático não pode ser reproduzido ou  
distribuído sem a expressa autorização da  
WB - Internet e Novas Tecnologias.

**WB - Internet e Novas  
Tecnologias**

Rua Campos Júnior, 11 A, 1070-  
138 Lisboa  
Tel. 213 822 110 Fax.213 822 128  
[marketing@wb-internet.pt](mailto:marketing@wb-internet.pt)

	1. Introdução	3
<b>Índice</b>	2. Um lugar na maior avenida do mundo	4
	3. Clientes e fornecedores sempre em primeiro	6
	4. Novos clientes – a segunda meta	8
	5. Conclusões	10
	Sobre os autores deste Guia Prático	11



## 1. Introdução

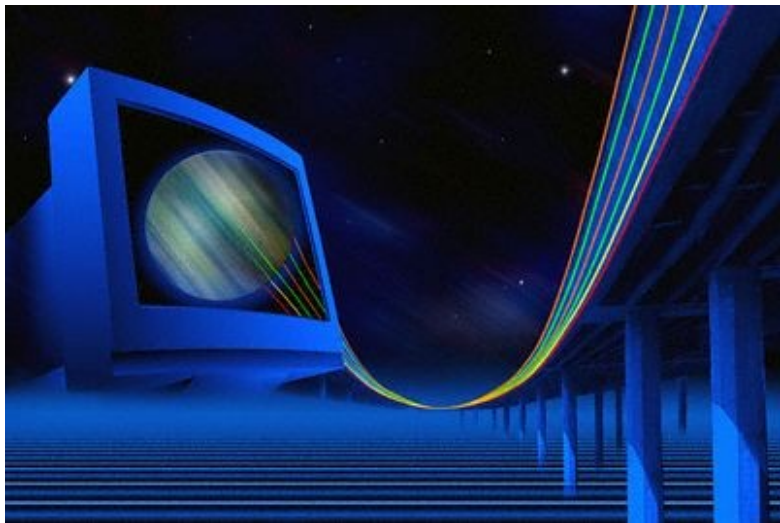
Para uma empresa, nos dias de hoje, ter um website é algo tão natural como ter uma outra qualquer ferramenta disponível para a sua comunicação, credibilidade e implementação no mercado.

Ter um website é, para qualquer instituição, uma ferramenta tão importante como ter um telefone ou um aparelho de fax.

É cem por cento correcto afirmar que, se uma empresa tiver um website, irá ter mais clientes? Não, não é. Mas é cem por cento correcto afirmar que irá perder clientes se não tiver website. Basta imaginar o que seria uma empresa sem telefone.

Neste Guia Prático, a WB-Internet faz uma súmula sobre os websites empresariais, o que são e quais as suas principais vantagens e características.

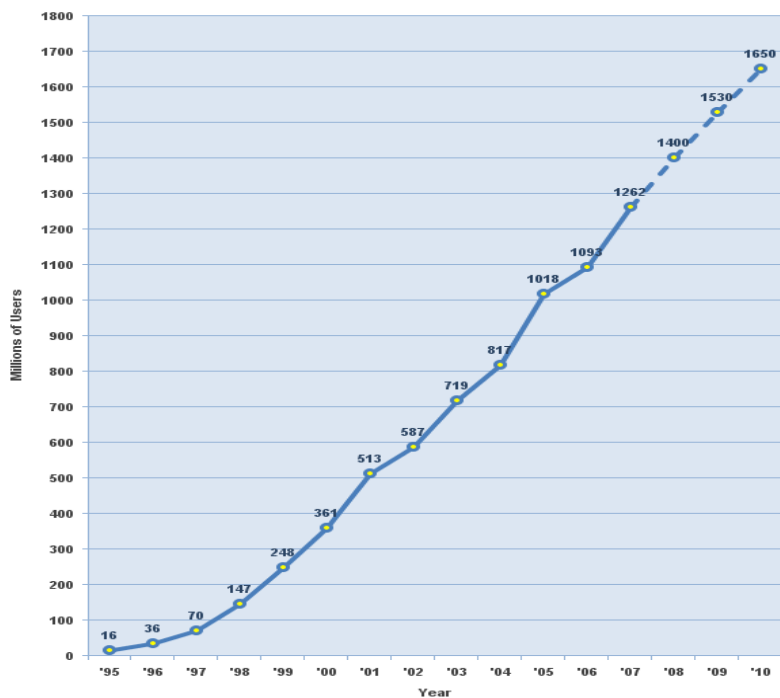
Acompanhe-nos!



## 2. Um lugar na maior avenida do mundo

Ao criar e disponibilizar um website, uma empresa garante, à partida, um lugar na maior avenida do mundo, a Internet, essa rede mundial de computadores, composta por milhões de máquinas ligados entre si pelo protocolo TCP/IP, que entrou nas vidas da população global e delas não irá sair.

**Internet Users in the World  
Growth 1995 - 2010**

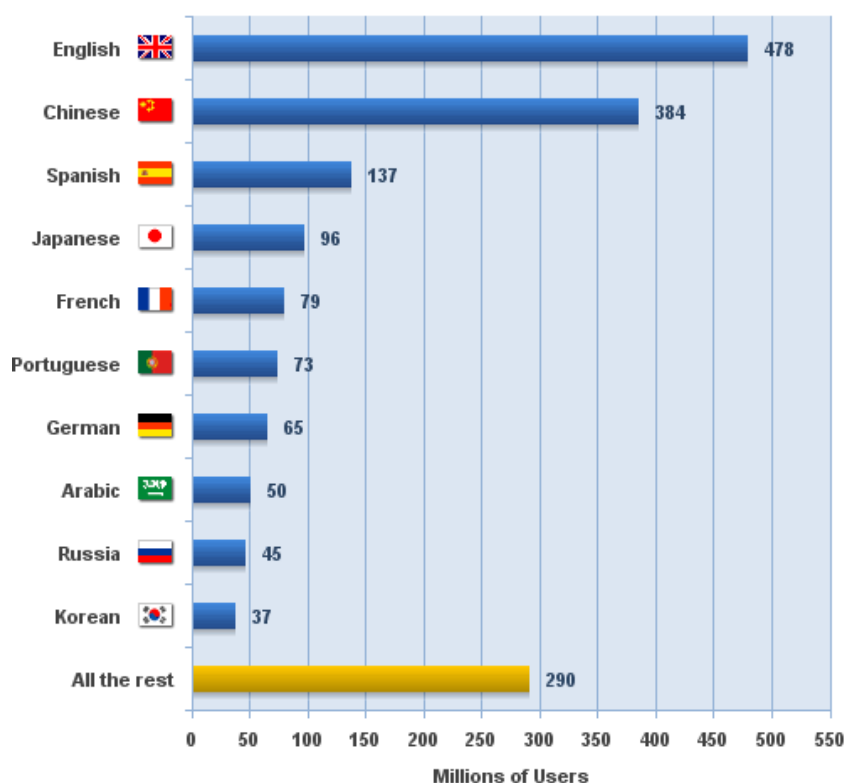


Source: [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com) - January, 2008  
Copyright © 2008, Miniwatts Marketing Group

Este gráfico, da responsabilidade do site <http://www.internetworldstats.com>, exemplifica bem o crescimento exponencial que este meio teve nos últimos 15 anos: de Dezembro de 1995 a Setembro de 2009, o número de utilizadores mundiais da World Wide Web cresceu de 16 milhões para 1,734 milhões.

E para ilustrar a importância que a língua portuguesa tem neste espaço privilegiado, atentemos neste gráfico, da mesma fonte:

### Top 10 Languages in the Internet millions of users



Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats7.htm](http://www.internetworldstats.com/stats7.htm)  
Estimated Internet users are 1,733,993,741 for September 30, 2009  
Copyright © 2009, Miniwatts Marketing Group

O português é a sexta língua mais “falada” na Internet, ficando à frente de outras como o alemão ou o russo.

### 3. Clientes e fornecedores sempre em primeiro



Quando uma empresa constrói um website, a quem é que, em primeiro lugar, este se deve dirigir?

A resposta a esta pergunta é simples: aos seus clientes e fornecedores; são eles os principais utilizadores da infraestrutura da empresa, sendo o site mais uma ferramenta para que eles possam manter o contacto com a organização.

Existe uma série de informações úteis essenciais a qualquer website para que este possa transmitir convenientemente a imagem da instituição que representa:

- morada (de preferência com mapa) e contactos;
- produtos e serviços que disponibiliza;
- história/missão da empresa.

O website passa a ser, desta forma, mais uma forma privilegiada de comunicação entre a empresa, os seus clientes e os seus fornecedores e, desde que seja estruturado e criado com critério, irá também conferir ainda maiores índices de confiança e de credibilidade junto daqueles que interagem, ou vão interagir, com essa empresa.



A divulgação do site, para clientes e fornecedores, é feita offsite, ou seja, inclui métodos e formas que não envolvem directamente o website, tais como:

- boca-a-boca;
- cartões empresariais;
- papel de carta;
- facturas;
- brindes;
- outras formas de publicidade estática.



## 4. Novos clientes

### – a segunda meta

Depois de consolidar as relações com os seus clientes e fornecedores, o segundo grande objectivo de um website empresarial, independente do primeiro, é a captação de novos clientes.

Existem vários modos de alcançar essa meta, que não é, de todo, obrigatória. Pode-se começar por incluir no website serviços que replicam, ou acrescentam, os serviços praticados pela componente física da organização. O principal exemplo de um serviço desse tipo é implementação de uma loja online.

E, depois, como publicitar o seu website? Aí, os métodos são diferentes e complementam as acções analisadas no capítulo anterior.

Uma instituição pode, por um lado, optar por integrar a divulgação do seu website na sua estratégia global de marketing: anúncios de TV, rádio, meios escritos, por exemplo.

Por outro lado, uma empresa pode optar por fazer a divulgação do seu site utilizando o próprio meio no qual este está inserido, a Internet.

Aí entram essas ferramentas privilegiadas para o efeito, os motores de busca, como são exemplos o Google e o Sapo, apenas para citar dois.



Uma das maiores fontes de conhecimento na Internet, o motor de busca é o tipo de página da Internet que tem como objectivo agregar ligações a outras páginas, relacionadas entre si por assuntos e/ou palavras.

Os motores de busca, e todo o tipo de investimentos e actividades de optimização a eles associados, são feito após a construção da página, e de forma totalmente independente.

Se quisermos utilizar uma analogia automobilística, o criador da página é o fabricante do carro, a Internet fornece as estradas e o motor de busca os mapas através do qual um condutor se orienta para conduzir por caminhos que não conhece.



## 5. Conclusões

Perante tudo o que foi exposto, podemos concluir que um website empresarial:

- é, em primeiro lugar, um meio fundamental de comunicação institucional, entre a organização e os seus clientes;
- é uma forma privilegiada de uma empresa estar presente na Internet, esta rede que tem tido um crescimento exponencial nos últimos 15 anos em todo o mundo, e com uma grande preponderância em utilizadores de língua portuguesa;
- pode, numa segunda fase, servir como publicidade para uma instituição, e como forma de atrair mais clientes e exponenciar o volume de negócios;
- é uma ferramenta criada de modo totalmente independente dos motores de busca.



A WB - Internet e Novas Tecnologias é uma empresa especializada na construção de Web sites institucionais e comerciais. Na sua área de actuação inclui-se a implementação das suas estratégias de marketing online e optimização dos sites para os seus clientes.

Com um vasto portfólio e experiência comprovada no mundo tecnológico, a WB - Internet e Novas Tecnologias tem possibilitado a diversos empresários a consolidação dos seus negócios.

Visite o Web site da WB - Internet e Novas Tecnologias em [www.wb-internet.pt](http://www.wb-internet.pt) e veja em Portfólio alguns dos Web sites de sucesso criados. O da sua empresa poderá vir a ser um deles.

**Contactos:**

Rua Campos Júnior, nº11 A

1070-138 Lisboa

**Tel:** 213 822 110    **e-Mail:** [geral@wb-internet.pt](mailto:geral@wb-internet.pt)

**Quer comentar este Guia Prático?**

**Envie o seu comentário para:**

[marketing@wb-internet.pt](mailto:marketing@wb-internet.pt)