

Arquitetura de sites de serviço que vendem

Guia para projetar páginas que explicam a oferta, reduzem incerteza e conduzem a um próximo passo mensurável. Conversão depende de proposta, confiança, experiência e operação; nenhum layout garante vendas.

VERSÃO	1.0
REVISÃO	2026-08-21
FORMATOS	PDF + Markdown reutilizável

Conteúdo

Use o PDF para leitura e o arquivo Markdown para anexar ou adaptar em uma IA. Revise qualquer saída antes de publicar ou executar.

- 01 Como usar este arquivo com uma IA
- 02 Contexto comercial
- 03 Prompt mestre
- 04 As páginas fundamentais
- 05 Etapa 1 - Jornada e elegibilidade
- 06 Etapa 2 - Inventário de prova
- 07 Etapa 3 - Briefing por página
- 08 Etapa 4 - Copy responsável
- 09 Etapa 5 - Formulário e qualificação
- 10 Etapa 6 - Medição sem métricas de vaidade
- 11 Etapa 7 - QA antes de publicar
- 12 Plano de implementação em 14 dias
- 13 Critérios de conclusão
- 14 Limitações
- 15 Fontes
- 16 Governança do material

Guia para projetar páginas que explicam a oferta, reduzem incerteza e conduzem a um próximo passo mensurável. Conversão depende de proposta, confiança, experiência e operação; nenhum layout garante vendas.

Como usar este arquivo com uma IA

1. Preencha o contexto comercial com dados aprovados.
2. Use a IA para organizar requisitos e encontrar lacunas antes de redigir.
3. Exija que depoimentos, números, clientes e diferenciais tenham fonte.
4. Valide textos com vendas, entrega, jurídico e suporte quando aplicável.
5. Teste a experiência em dispositivos reais e acompanhe eventos de conversão.

Contexto comercial

- Empresa: [NOME]
- Serviço principal: [SERVIÇO]
- Público elegível: [PÚBLICO]
- Problema que o serviço resolve: [PROBLEMA]
- Resultado controlável pela empresa: [ENTREGA]
- Resultado que depende de terceiros: [DEPENDÊNCIAS]
- Processo de atendimento: [ETAPAS]
- Provas autorizadas: [CASES, DADOS OU DEPOIMENTOS]
- Objeções reais: [LISTA]
- CTA principal: [AÇÃO]
- Instrumentação disponível: [ANALYTICS, CRM, FORMULÁRIO]

Prompt mestre

Atue como arquiteto de informação e conversão para um site de serviços.

CONTEXTO

[COLE O CONTEXTO COMERCIAL]

OBJETIVO

Projetar uma arquitetura que ajude o público elegível a compreender a oferta, avaliar adequação, confiar nas evidências e executar o próximo passo.

REGRAS

1. Não invente resultados, clientes, certificações, prazos ou depoimentos.
2. Diferencie entrega controlável de resultado dependente de terceiros.
3. Não esconda preço público, restrição ou condição relevante para forçar lead.
4. Cada página deve ter intenção, evidência e CTA próprios.
5. Marque lacunas que exigem decisão humana antes da redação.

FORMATO

Mapa de páginas, jornada, componentes, conteúdo necessário, eventos de medição, riscos, dependências e critérios de aceite.

As páginas fundamentais

1. Página inicial

Explica categoria, público, valor, prova e rotas principais. Não deve tentar substituir todas as páginas do site.

2. Página de serviço

Define problema, elegibilidade, escopo, processo, entregáveis, limitações, prova, FAQ e próximo passo.

3. Sobre e entidade

Apresenta empresa, história verificável, responsáveis, localização, contatos, princípios e relações entre produtos ou marcas.

4. Método ou como funciona

Mostra etapas, responsabilidades, entradas, decisões, prazos controláveis e critérios de conclusão.

5. Cases ou provas

Cada prova precisa de contexto, problema, escopo executado, período, método, resultado autorizado e limitações. Não use logos como substituto de evidência.

6. FAQ

Responde dúvidas reais que afetam decisão. Políticas e preços devem permanecer sincronizados com a operação.

7. Contato ou diagnóstico

Explica o que será solicitado, o que acontece depois, prazo de retorno, privacidade e alternativa de contato.

8. Páginas legais e governança

Política de privacidade, termos, preferências de cookies e informações legais devem refletir o processamento real, não um modelo genérico esquecido.

Etapa 1 - Jornada e elegibilidade

Prompt para mapa de decisão

Mapeie a decisão do cliente para [SERVIÇO]. Comece pelo evento que gera a busca, depois liste perguntas, riscos percebidos, critérios, prova necessária, objeções, atores envolvidos e próximo passo. Separe quem é elegível de quem não é. Não use um funil genérico; derive o mapa dos dados fornecidos.

Etapa 2 - Inventário de prova

Prompt de auditoria de afirmações

Receba a proposta de valor e decomponha cada afirmação em: afirmação, tipo de prova necessária, prova disponível, responsável, validade e risco. Marque como NÃO PUBLICAR toda afirmação sem suporte suficiente. Diferencie depoimento, caso, dado operacional, certificação e opinião.

Etapa 3 - Briefing por página

Prompt de briefing completo

Crie um briefing para a página [TIPO/PÁGINA]. Inclua público, situação, pergunta principal, resposta, seções, objeções, prova por seção, CTA primário, CTA alternativo, links internos, requisitos de acessibilidade, dados estruturados e eventos de medição. Não escreva copy final. Liste decisões pendentes.

Etapa 4 - Copy responsável

Estrutura de uma página de serviço

1. Para quem é e qual problema resolve.
2. O que a empresa entrega de forma controlável.
3. O que está incluído e excluído.
4. Como o processo funciona.
5. Provas vinculadas às afirmações.

6. Limites, riscos e dependências.
7. Perguntas frequentes.
8. Próximo passo e expectativa após o contato.

Prompt para primeira versão

Escreva a página usando somente o briefing e as provas aprovadas. Prefira frases específicas e verificáveis. Não use "garantido", "o melhor", "número 1" ou métricas sem fonte. Em cada seção, mantenha a relação entre afirmação e prova. Quando faltar dado, insira [PENDENTE: decisão necessária] em vez de inventar.

Prompt para FAQ comercial

Converta as objeções reais anexadas em perguntas frequentes. Responda primeiro com a conclusão, depois explique condição, exceção e próximo passo. Não repita a página em miniatura. Não oculte limitação importante. Para preço não público, explique quais variáveis formam a proposta sem fabricar faixa de valor.

Etapa 5 - Formulário e qualificação

Peça apenas os dados necessários para atender. Explique finalidade, obrigatoriedade e o que acontecerá. Ofereça mensagens de erro claras e mantenha alternativas acessíveis.

Prompt de desenho do formulário

Projete o formulário mínimo para [OBJETIVO]. Para cada campo, informe decisão que ele habilita, se é obrigatório, validação, mensagem de erro, dado sensível e retenção esperada. Remova campos que não mudam atendimento ou qualificação. Inclua confirmação, prazo de resposta e canal alternativo.

Etapa 6 - Medição sem métricas de vaidade

Eventos essenciais

- visualização de página estratégica;
- clique no CTA principal;
- início e conclusão do formulário;
- erro de validação por campo;
- clique em telefone, e-mail ou mensageria;
- agendamento confirmado, quando controlável;
- lead qualificado e resultado comercial no CRM, quando autorizado.

Prompt de plano de medição

Crie um plano de medição para a jornada fornecida. Para cada evento, defina nome, gatilho, propriedades permitidas, objetivo, ferramenta, responsável e teste. Não colete texto livre, dados pessoais ou conteúdo de formulário em analytics. Separe conversão de interface, lead qualificado e venda confirmada.

Etapa 7 - QA antes de publicar

Conteúdo

- [] Oferta, escopo, prazos e restrições coincidem com a operação.
- [] Toda prova possui autorização e origem.
- [] Links, telefone, e-mail e formulários funcionam.
- [] Não há texto provisório, dado inventado ou contradição entre páginas.

Experiência

- [] Título e CTA principal são visíveis e compreensíveis em mobile.
- [] Navegação por teclado, foco, contraste e rótulos foram testados.
- [] Imagens possuem dimensões e alternativas adequadas.
- [] Estados de carregamento, erro e sucesso existem.

Técnica

- [] HTTPS, status, canônica, sitemap e robots estão corretos.
- [] Metadados e compartilhamento social são específicos.
- [] Dados estruturados repetem fatos visíveis.
- [] Eventos são testados sem coletar dados proibidos.

Prompt de revisão final

Revise a página e o briefing como QA independente. Produza uma tabela com requisito, evidência observada, estado, gravidade, correção e teste de aceite. Procure especialmente texto cortado, CTA sem destino, afirmação sem prova, formulário excessivo, dado pessoal em analytics, schema divergente e problema mobile. Não aprove a página se não houver evidência reproduzível.

Plano de implementação em 14 dias

Período	Entrega
Dias 1-2	jornada, elegibilidade e inventário de prova

Período	Entrega
Dias 3-4	mapa de páginas e briefings prioritários
Dias 5-7	copy, design e protótipo responsivo
Dias 8-10	implementação, formulários e medição
Dias 11-12	revisão de conteúdo, acessibilidade e técnica
Dias 13-14	correções, aceite, publicação e baseline

Critérios de conclusão

- A arquitetura reflete decisões reais do cliente.
- Cada página possui pergunta, prova, CTA e responsável.
- Afirmações sem evidência foram removidas ou bloqueadas.
- Formulários pedem somente dados necessários.
- Conversão, qualificação e venda são métricas distintas.
- QA desktop, mobile, acessibilidade e eventos possui evidência.

Limitações

- Arquitetura e copy não compensam uma oferta inadequada ou operação inconsistente.
- Boas práticas não garantem tráfego, lead ou venda.
- Testes A/B exigem volume e desenho adequados; diferenças pequenas podem ser ruído.
- Requisitos legais e de privacidade devem ser validados no contexto da empresa.

Fontes

1. Google Search Central - Guia de SEO para desenvolvedores:
<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/get-started-developers>
2. Google Search Central - Experiência de página:
<https://developers.google.com/search/docs/appearance/page-experience>
3. W3C WAI - WCAG: <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/>
4. Schema.org - Service: <https://schema.org/Service>
5. Google Search Central - Recursos generativos:
<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/ai-optimization-guide?hl=pt-br>

Governança do material

Versão 1.0, revisada em 21/08/2026. Publicado pela Quaerion para uso operacional gratuito com atribuição. Valide oferta, privacidade e afirmações com os responsáveis antes de publicar.