

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Páginas de destino: o que levam e por que não são a página inicial

SEO e Marketing

CÓDIGO

RLX-BR-KB-3732

VERSÃO

v2026.10.18

PAÍS · IDIOMA

Brasil · Português (Brasil)

MozOut Brasil

RLX Holdings (Pty) Ltd. · Grupo RLX Holdings

N.º fiscal (SARS) 943 907 6234 · N.º de registo (CIPC) 2025/667953/07

<https://www.my.mozout.com/knowledgebase/3732>

Páginas de destino: o que levam e por que não são a página inicial

📁 SEO e Marketing 📅 Criado em 10 de outubro de 2026 🔄 Atualizado em 18 de outubro de 2026 ⌚ 2 min de leitura



Uma **página de destino** (*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 objetivo**: que ela faça uma coisa. Pedir um orçamento, inscrever-se, ligar, comprar. A página inicial tem de servir todo mundo; 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 ação a pedir	Um botão, um formulário ou um número de telefone. Duas ou três opções dividem a atenção.
Prova	Duas avaliações verdadeiras, um logotipo de cliente, uma fotografia do trabalho. Veja avaliações e reputação .
Um formulário curto	Nome e contato 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 celular. 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 celular**.

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 destino 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 **otimização de imagens e WebP**.

PRECISA DE AJUDA?

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

 **Abrir um pedido de suporte** →

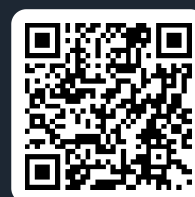
VEJA TAMBÉM

Criar e editar páginas no WordPress



Links UTM



[Anúncios online explicados](#)[Hospedagem para WordPress](#)**mozout****MozOut Brasil****RLX Holdings (Pty) Ltd. · Grupo RLX Holdings****N.º FISCAL (SARS)** 943 907 6234**N.º DE REGISTO (CIPC)** 2025/667953/07**SEDE** 72 York Road, Kensington
Joanesburgo 2094, Gauteng, África do Sul**CONTACTOS** info@mozout.com · +27 78 823 3325 · www.mozout.com**HORÁRIO** 2ª. à 6ª. Feira - 08 à 16 Horas
Sábado & Domingo - FechadoVersão online deste
documento

RLX-BR-KB-3732 · v2026.10.18 · Gerado a 21/10/2026 13:27