

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Escrever uma página de perguntas frequentes que responde às perguntas verdadeiras

SEO e Marketing

CÓDIGO

RLX-BR-KB-5568

VERSÃO

v2026.10.15

PAÍS · IDIOMA

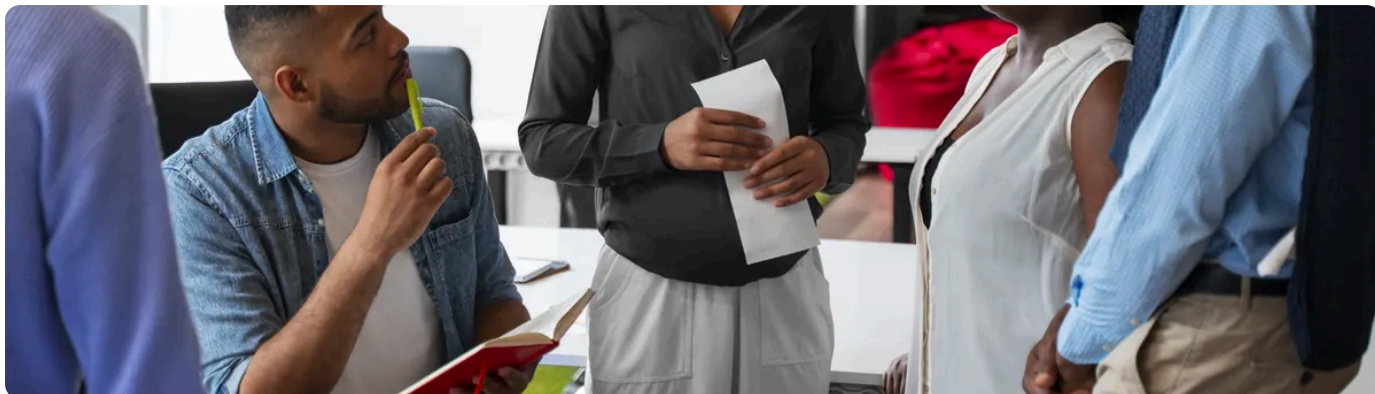
Brasil · Português (Brasil)

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/5568>



A resposta curta: uma página de perguntas frequentes só é útil se tiver as perguntas que **os clientes fazem de verdade**, e não as que a empresa gostaria que fizessem. Poupa-lhe mensagens repetidas, ajuda quem está decidindo a comprar e, bem feita, é uma das páginas que mais traz visitas do Google.

De onde tirar as perguntas

1

As mensagens que recebe. Percorra o e-mail, o WhatsApp e os pedidos dos últimos meses e marque o que se repete. Se três pessoas perguntaram, é uma pergunta frequente.

2

O que perguntam antes de comprar: preço, prazos, formas de pagar, o que está incluído, como se cancela.

3

O que perguntam depois: como usar, como pedir ajuda, o que fazer se algo dar errado.

4

O que o Google sugere quando escreve o seu serviço na pesquisa: as sugestões e as perguntas «as pessoas também perguntam» são perguntas reais.

Como escrever cada resposta

Faça	Evite
A primeira frase responde: sim, não, ou o número.	Começar com «Na nossa empresa, valorizamos...».
Pergunta como o cliente a diria: «Quanto tempo demora a entrega?».	Escrever a pergunta como um título de departamento: «Prazos de logística».
Respostas curtas e, se for preciso, um link para a página que explica melhor.	Respostas de uma página, que ninguém lê.
Agrupar por tema (pedidos, pagamentos, devoluções).	Uma lista de 60 perguntas sem ordem.
Atualizar quando algo muda, com a data.	Deixar um preço ou um prazo que já não é verdade.

Para o Google

Uma página de perguntas bem escrita pode aparecer nos resultados com as perguntas à vista. Os dados estruturados ajudam, mas o Google decide quando os mostra e já não os mostra a todos os sites: veja **Dados estruturados e resultados enriquecidos**. Escreva primeiro para as pessoas.

Não invente perguntas. Uma pergunta com uma resposta que é um anúncio disfarçado afasta o leitor. E não ponha respostas que dependem da lei (devoluções, garantias, impostos) sem confirmar o que se aplica no seu país.

Ponha o link para as perguntas frequentes junto ao formulário de contato e na página de cada produto: **Uma página de contato que é usada**.

Quer ajuda para decidir que perguntas incluir? Abra um pedido a dizer o que vende.

[Abrir pedido de suporte](#)

VEJA TAMBÉM

Uma página de contato que é usada: o que lá pôr

Dados estruturados e resultados enriquecidos: o que são e como os acrescentar

Links internos: como ligar as suas páginas para que nenhuma fique escondida

Ser encontrado no Google: Perfil de Empresa, Search Console e o essencial



Versão online deste documento

A MozOut é uma empresa líder em serviços de internet, com a missão de ajudar negócios a nascerem e prosperarem por meio da tecnologia.

2020

FUNDADA

37 mil+

CLIENTES

130+

INSCRIÇÕES POR DIA

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 - Fechado