

Landing Pages

Transcrição

[00:00] Estou gravando este vídeo como um adicional ao curso prático de lean para startups, um curso introdutório que visa apresentar conceitos fundamentais a partir de exemplos. O primeiro exemplo que vimos no curso foi do Dropbox, que é uma ferramenta de armazenagem na nuvem. Nesse exemplo, vimos como o Dropbox criou um vídeo e uma página para validar a premissa de que as pessoas precisavam de um sistema de armazenagem que integrasse vários sistemas operacionais. Se você entrar no YouTube, você vai conseguir encontrar o vídeo original do Dropbox, que leva às pessoas ao site getdropbox.com. Você pode ver o vídeo e acessar a página.

[00:58] Essa página está inclusive em português. Ela tem a ideia de apresentar o produto e fazer com que as pessoas assinem o Dropbox. Imagine que você não tem o produto pronto, mas quer validar sua ideia, o conceito e a necessidade, saber se as pessoas querem o produto. Você pode criar um vídeo e uma página de destino.

[01:41] Conhecemos essas páginas como landing pages. Uma landing page tem como objetivo converter o visitante em um lead. Não vou falar muito sobre isso porque entra na área do marketing de conteúdo. Aqui quero que você entenda que com a landing page você pode validar sua hipótese. É o próprio passo no MVP. Você vai começar a descobrir se tem mercado, clientes. Se você cria uma landing page e diz que de cem visitantes você precisa converter dez, converter é fazer com que dez pessoas cliquem em assinar. Você tem 10% de conversão e essa é sua métrica de sucesso. A partir disso você pode encerrar o ciclo de validação e ter o primeiro MVP.

[02:45] Também temos o exemplo do Salesforce. Se você digitar no Google, você vai chegar na landing page deles. É uma página onde as pessoas podem deixar os nomes, os dados, para ver a demonstração. Imagine que para validar sua hipótese você pode usar uma landing page. Não é a única forma. Você pode usar uma entrevista.

[03:23] Imagine que você queira vender um sistema para advogados. Você pode listar uma série de advogados e fazer entrevistas, pessoais, por telefone, inclusive utilizando formulários do Google. Você não precisa criar uma landing page para fazer uma validação.

[03:47] Existem vários tipos de landing pages. Existem mais bonitas, cheias de informação, e também mais simples, voltadas para conversão. Tudo isso você pode monitorar através de uma ferramenta chamada Google Analytics. Você pode validar sua hipótese tendo assim seu primeiro MVP. A partir dessa validação, ou até mesmo a partir de outras, você pode validar por meio de uma tela com funções fake o que seu público alvo realmente quer.

[04:52] Você pode usar o Instapage, que vai te permitir criar uma página gratuita, fazer o que chamamos de teste AB. Você cria duas landing pages e vê qual tem mais conversões, para seguir pelo caminho de maior sucesso. Se você tem duas ideias e está em dúvida, pode fazer esse teste. A landing page que tiver maior conversão é na que você vai investir. Isso é um teste AB.

[05:28] Se você trabalha com sua própria página, você pode trabalhar com Bootstrap, buscar landing pages gratuitas na internet. Você vai encontrar muitos exemplos gratuitos que você pode baixar, configurar, instalar e mensurar seus resultados. Não se esqueça que o ciclo de validação é construir, medir e aprender. Você constrói a landing page, define uma métrica de validação e aprende com os resultados. O objeto do lean é ter um produto que seja vendável, mas você precisa antes ter validado suas hipóteses, e é por isso que aplicamos o lean.

[06:22] Mais uma dica se você trabalha com o Wordpress. Você pode usar outros plugins gratuitos para geração de landing pages. E por fim, o recado é que a página não vai se divulgar sozinha. Para conseguir validar sua ideia, você vai ter que divulgar. Você pode investir em ads, divulgar a página em grupos do Facebook, enviar para empresas, e aí você

vai construir sua taxa de sucesso e analisar o retorno disso. Atingido o objetivo, seu MVP foi validado e você pode dar o próximo passo. Não validou, tudo bem. Vamos pivotar, fazer outra landing page. E não se esqueça que você não precisa ter só uma landing page. Você pode trabalhar com formulários, entrevistas, outras ferramentas. Mas no caso da landing page você precisa divulgar.

[07:50] Encerro aqui esse vídeo. Nos vemos nos próximos cursos.