



# RELATÓRIO DE BENCHMARK DE CONVERSÃO

Insights sobre taxas de conversão  
de landing pages de diferentes  
segmentos da indústria

MARÇO 2017

# ÍNDICE

## PREFÁCIO

03

## POR QUE A UNBOUNCE ESTÁ PUBLICANDO ESTE RELATÓRIO?

05

## INDÚSTRIAS QUE ANALISAMOS

06

Que tipos de empresas são representadas em cada indústria?

07

Quais diferenças encontramos entre as indústrias?

08

E se eu não encontrar minha indústria?

08

## COMO LER O RELATÓRIO DE BENCHMARK EM CONVERSÃO

09

## BENCHMARK DE INDÚSTRIA E INSIGHTS

Turismo

14

Imobiliário

19

Consultoria Empresarial

24

Serviços Empresariais

29

Crédito e Empréstimos

34

Saúde

40

Ensino Superior

45

Melhorias Domiciliares

50

Jurídico

55

Estudos vocacionais e formação profissional

60

## O QUE DEVO FAZER EM SEGUIDA

66

## METODOLOGIA

69

## GLOSSÁRIO

71

## AUTORES E CONTRIBUIDORES

72

---

## “QUAL É UMA BOA TAXA DE CONVERSÃO PARA MINHA LANDING PAGE?”

Como especialistas em otimização de conversão, temos ouvido esta pergunta aqui na Unbounce há mais de sete anos.

Durante este tempo, a resposta mais honesta que podíamos dar era: “depende”.

Respostas críveis, embasadas cientificamente, não estavam disponíveis.

Até agora.

Taxas de conversão dependem de uma variedade de fatores, incluindo sua indústria, sua oferta e sua estratégia de marketing.

Uma reserva em uma agência de viagens é um tipo de conversão muito diferente de um lead para uma clínica estética ou relacionada a cuidados com a saúde.

Apenas comparando maçãs com maçãs é possível saber em que posição você se encaixa dentro da sua indústria de mercado ou ramo de atividade e, o mais importante, como melhorar esta posição.

Afinal, saber onde (e como) investir seus esforços de otimização é a chave para conseguir mais conversões por menos dinheiro.

O *Relatório de Benchmark de Conversão* permite que você compare suas taxas de conversão com dados retirados de dezenas de milhares de landing pages dentro da sua indústria, o que permite descobrir como sua página se apresenta ao lado de seus competidores.

Para cada atividade, compartilhamos o que uma conversão “boa” e “ruim” significam e apresentamos os insights e conselhos da nossa equipe de cientistas de dados e dos especialistas em marketing de conversão que trabalharam no relatório sobre como melhorar suas taxas de conversão fazendo alterações simples em seu texto por exemplo.

Nossa esperança é que este relatório forneça dados, ideias e a confiança necessária para investir sua verba de marketing no lugar certo e elevar suas taxas de conversão até onde merecem estar: entre as melhores.

---

*“Seu marketing é específico, assim como sua landing page. Não compare sua taxa de conversão com a taxa de outras verticais.”*

 TWEET ESTA CITAÇÃO

—

Nós criamos o Relatório de Benchmark de Conversão da Unbounce ao analisar o comportamento de **74.551.421** visitantes em **64.284** landing pages de geração de lead, criadas na plataforma Unbounce durante o último trimestre, utilizando uma metodologia científica rigorosa e nossa própria tecnologia de aprendizagem de máquina (machine learning).

# POR QUE A UNBOUNCE ESTÁ PUBLICANDO ESTE RELATÓRIO?

Desde o seu primeiro dia de existência, a Unbounce foca em ajudar empresas a conseguirem mais conversões como retorno pelo dinheiro que gastaram. Nosso software é desenvolvido para profissionais direcionados por dados que se preocupam em criar experiências de marketing incríveis para seus clientes, enquanto aumentam o crescimento de seus negócios.

Nosso compromisso com a melhor capacitação dos profissionais de marketing vai muito além de nosso produto, engloba nossa equipe de sucesso dos clientes, blog de marketing digital, ebooks, cursos digitais e a anual conferência Call to Action, os quais instruem dezenas de milhares de profissionais de marketing por todo o mundo sobre temas como marketing de conteúdo, teste A/B, geração de lead e design centrado para conversão.

Durante os últimos meses, uma equipe da Unbounce de desenvolvedores de produtos, cientistas de dados e otimizadores de taxa de conversão trabalharam para combinar inteligência artificial e aprendizado automático com poderosas técnicas de experiência do usuário para simplificar o processo e conseguir mais conversões.

No futuro, a **Automatização de Conversão** impulsionará cada atividade do marketing focado em conversão. Cada interação digital será otimizada de acordo com a percepção do visitante e os dados de conversão. O resultado será uma experiência personalizada e única para cada visitante. Com um funil de conversão que otimiza a si mesmo para fornecer a mensagem certa na

hora certa, profissionais do marketing podem se focar nas questões criativas e estratégicas que direcionam o crescimento significativo de seus negócios.

Em nosso caminho para automatizar a otimização das conversões, descobrimos algumas ideias fascinantes que podem ajudar os profissionais do marketing a conseguirem melhores taxas de conversão — ideias que estão nos ajudando a mudar a forma de otimizar nossas landing pages. Nossa esperança é que o Relatório de Benchmark para Conversões da Unbounce forneça esse mesmo valor para vocês.

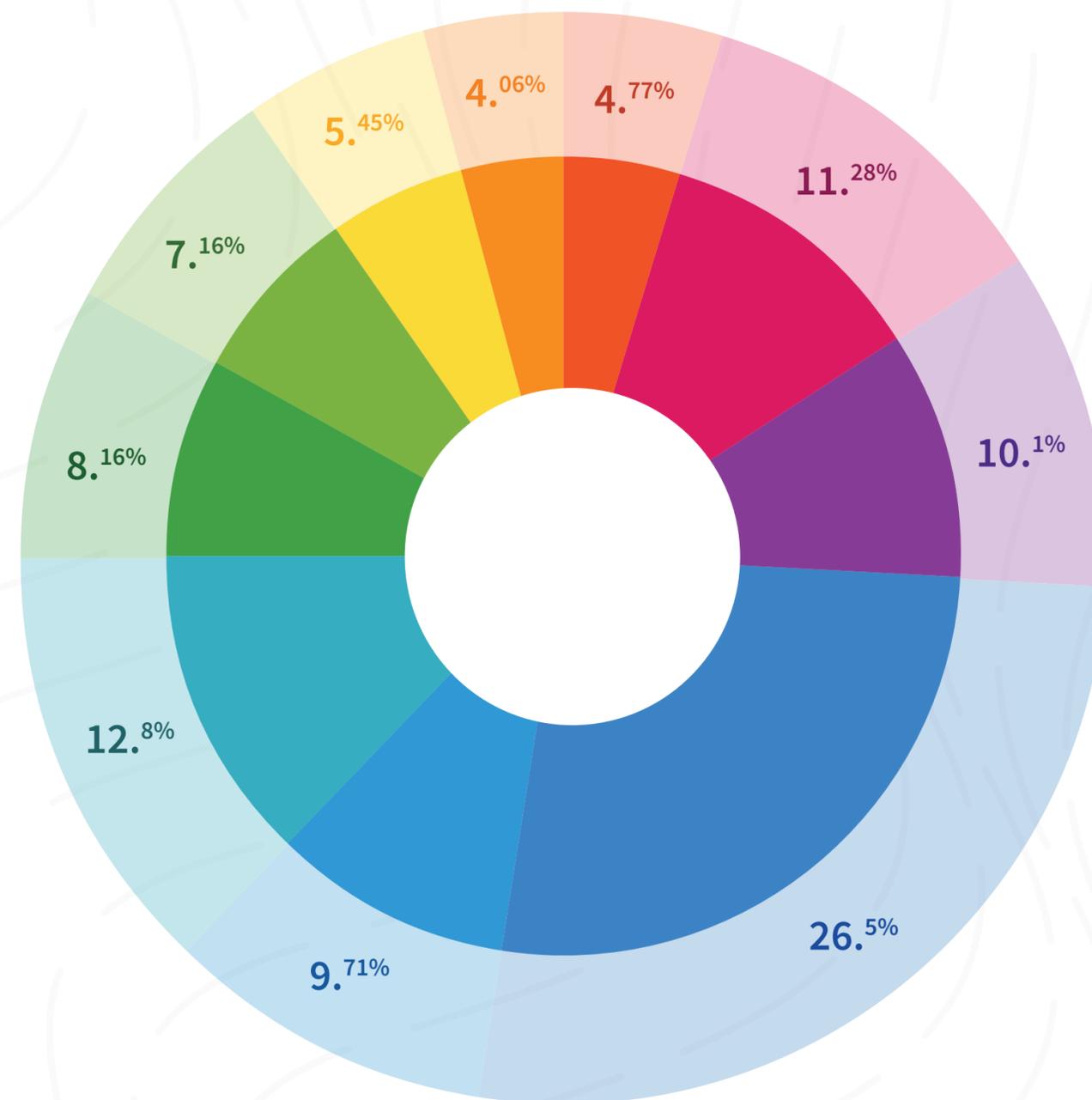


Desde 2009, a Unbounce tem ajudado profissionais de marketing e agências digitais a aumentarem as conversões de websites e campanhas. A plataforma de landing pages e marketing de conversão da Unbounce permite que profissionais do marketing criem rapidamente, publiquem e testem landing pages e pop-ups para websites sem a necessidade de desenvolvedores. Com um suporte 24h para clientes, hospedagem global e 99,95% de uptime dos servidores, a Unbounce já ajudou a gerar mais de 275 milhões de conversões para profissionais de marketing ao redor do mundo.

[SAIBA MAIS SOBRE A UNBOUNCE](#)

# INDÚSTRIAS QUE ANALISAMOS

Em nosso primeiro Relatório de Benchmark de Conversão da Unbounce, restringimos nossa análise às 10 indústrias mais populares representadas nas landing pages de geração de lead da Unbounce. Estas indústrias são representadas por mais de 2500 marcas e agências digitais, incluindo...



## Repartição por tamanho da indústria

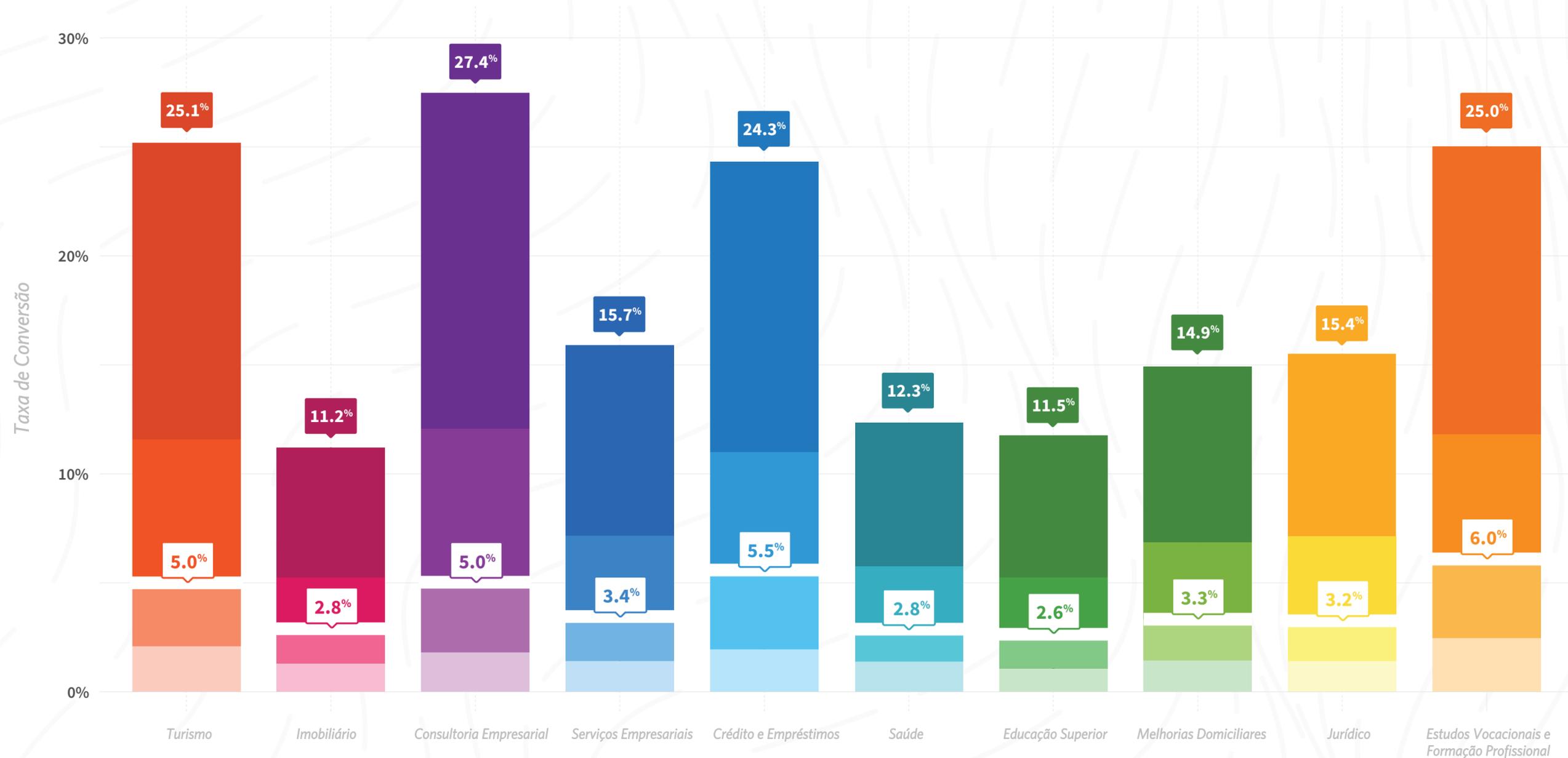
Analisando o comportamento de 74.551.421 visitantes em nossas 64.284 landing pages de geração de leads criadas por nossos clientes.

- Turismo
- Imobiliário
- Consultoria Empresarial
- Serviços Empresariais
- Crédito e Empréstimos
- Saúde
- Ensino Superior
- Melhorias Domiciliares
- Jurídico
- Estudos vocacionais e Formação Profissional

## Taxas de conversão de geração de leads por indústria

Cada barra está dividida em quartis e a linha branca é a taxa de conversão mediana.

■ Melhor Taxa de Conversão □ Taxa de Conversão Mediana



## E se eu não encontrar minha indústria?

A Unbounce fornece relatórios de benchmark personalizados para clientes que estão em um [Plano Enterprise](#). Estes relatórios são focados especificamente nas landing pages de geração de leads de nossos clientes, e podem ser utilizados para ajudar a priorizar seus esforços de otimização. Para mais informações sobre nossos planos Enterprise, por favor, visite a [Página de Preços e Planos da Unbounce](#).

## DIFERENÇAS ENTRE INDÚSTRIAS

Empresas em ramos diferentes utilizam uma vasta gama de textos para landing pages, estratégias de geração de tráfego e ofertas de produtos. Devido a isso, as taxas médias de conversão entre indústrias variam drasticamente.

Ainda assim, é interessante prestar atenção em algumas das principais **diferenças entre um ramo de atividade e outro**. Aqui estão algumas de nossas observações favoritas (e a prova de que você não deve comparar suas landing pages às de outras indústrias):

- As indústrias que executam a melhor geração de lead são: Turismo, Crédito e Empréstimos, Consultoria para Empresas, Estudos Vocacionais e Treinamento Profissional. Nestes ramos, você pode buscar de maneira realista uma taxa de conversão de landing pages maior que 12%. As melhores páginas convertem mais de 25% de seus visitantes.
- Por outro lado, indústrias como a Imobiliária, Educação Superior e Saúde podem esperar taxas de conversão muito menores de suas landing pages, uma taxa de 6% já é considerada excelente.

- Seis em cada dez indústrias (Imobiliário, Consultoria Empresarial, Crédito e Empréstimos, Saúde, Melhorias Domiciliares e Jurídico) apresentam melhores taxas de conversão quando o texto tem um nível de leitura apropriado para a 8ª série do ensino fundamental ou menos.
- Na maioria das indústrias (Turismo, Imobiliário, Serviços Empresariais, Consultoria Empresarial, Crédito e Empréstimos, Saúde, Melhorias Domiciliares) para landing pages de geração de lead, um texto mais curto (menos palavras na página) tem correlação com taxas de conversão mais altas.
- Utilizar palavras que suscitam sentimentos subconscientes de confiança podem gerar taxas de conversão maiores nos ramos de Turismo e Serviços Empresariais, mas pode levar a taxas menores nos ramos de Crédito e Empréstimos..
- Textos que evocam sentimentos de medo parecem atrapalhar as taxas de conversão da maioria das indústrias, com exceção de Consultoria Empresarial. Neste ramo, descobrimos que preencher entre 1% a 2% de seu texto com palavras que criam um sentimento profundo de medo e desconforto podem, realmente, melhorar as taxas de conversão.

---

# COMO LER O RELATÓRIO DE BENCHMARK DE CONVERSÃO DA UNBOUNCE

Cada uma das 10 indústrias tem sua própria seção no Relatório de Benchmark de Conversão da Unbounce. Dentro de cada ramo, você pode encontrar:

- **Informação sobre como páginas dentro daquela indústria convertem:** Utilize estas tabelas para descobrir quais páginas precisam ser otimizadas e quais devem ser deixadas como estão.
- **Insights sobre diferentes aspectos do texto da página correspondem a taxas de conversão dentro da indústria:** Utilize isso para começar a otimizar páginas que você identificou como tendo o maior potencial para melhorias. *Nota: As recomendações da Unbounce são baseadas em correlações observadas dentre 64.284 landing pages e devem ser tratadas como orientações, não como uma bíblia.*

Para cada indústria, criamos uma série de tabelas. Abaixo, passaremos por três exemplos para que você entenda melhor os dados.



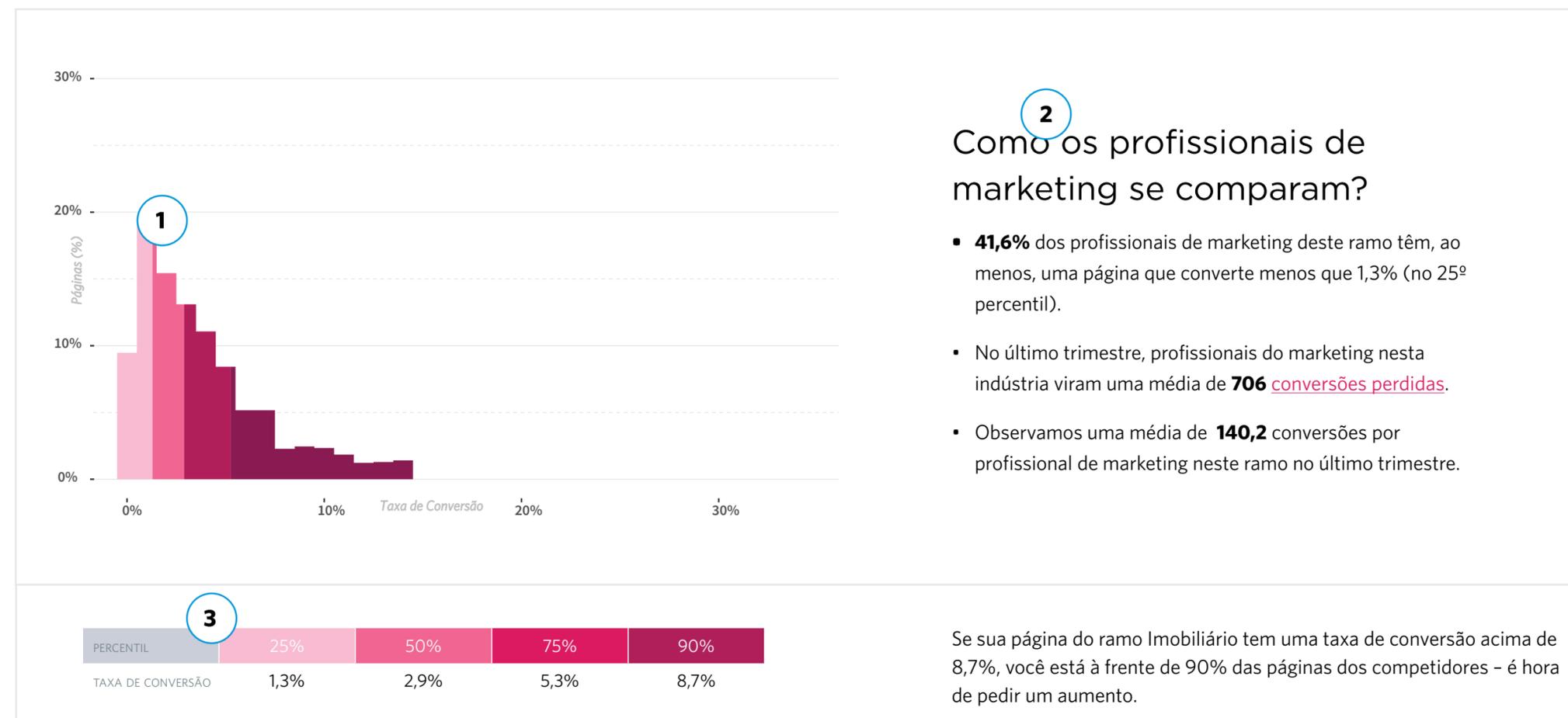
Incluimos um [glossário](#) no fim do Relatório de Benchmark de Conversão da Unbounce. Dê uma olhada nos termos antes de continuar lendo, ou consulte-o quando se deparar com um termo que desconhece.



# Exemplo de Tabela 1: Entendendo como páginas de uma indústria convertem

## DETALHES DA TABELA

- 1 Porcentagem de páginas por taxa de conversão da Indústria A    2 Sumário da indústria    3 Percentil da taxa de conversão



## 2 Como os profissionais de marketing se comparam?

- **41,6%** dos profissionais de marketing deste ramo têm, ao menos, uma página que converte menos que 1,3% (no 25º percentil).
- No último trimestre, profissionais do marketing nesta indústria viram uma média de **706 conversões perdidas**.
- Observamos uma média de **140,2** conversões por profissional de marketing neste ramo no último trimestre.

Se sua página do ramo Imobiliário tem uma taxa de conversão acima de 8,7%, você está à frente de 90% das páginas dos competidores - é hora de pedir um aumento.



## CONVERSÕES PERDIDAS

A quantidade média de conversões adicionais que poderiam ser alcançadas por profissional do marketing a cada trimestre, se suas páginas estivessem entre as que mais convertem.

A visão geral de cada indústria inclui um gráfico e legenda descrevendo **percentis de taxa de conversão**. Percentis ajudam a determinar como sua landing page se comporta em relação a outras páginas pertencentes à mesma indústria/ ramo de mercado.

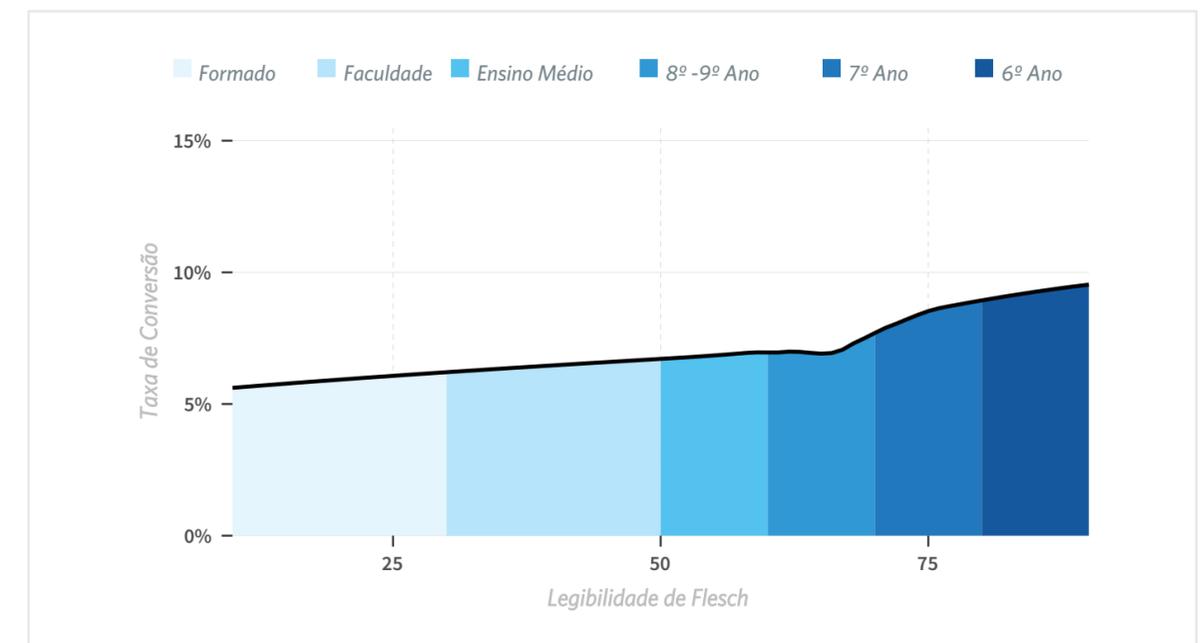
PERCENTIL	25%	50%	75%	90%
TAXA DE CONVERSÃO	1,3%	2,9%	5,3%	8,7%

- 25 Abaixo da média**  
75% das páginas neste ramo têm uma taxa de conversão maior. (Foco nestas páginas: páginas no quartil inferior representam o ROI com maior potencial para otimização.)
- 50 Média**  
50% das páginas neste ramo têm maiores taxas de conversão, 50% têm menores taxas de conversão
- 75 Muito bom**  
Sua página está melhor que 75% das páginas nesta indústria.
- 90 Fantástico**  
Sua página converte melhor que 90% das páginas nesta indústria. (Recomendamos deixar as páginas no quartil superior como estão e focar os esforços de otimização em outros lugares.)

Cada página de visão geral também inclui um **gráfico de porcentagem de páginas por conversão** (com as taxas de conversão no eixo x e porcentagem de páginas no eixo y), junto com um **resumo da indústria** à direita, que descreve como está o desempenho dos profissionais de marketing daquele ramo.

## Exemplo de Tabela 2: Taxa de conversão por facilidade de leitura.

Esta tabela apresenta como as taxas de conversão se relacionam com a facilidade de leitura para a indústria B. No eixo x, temos a pontuação de **Legibilidade de Flesch** — e no eixo y, a taxa de conversão.



### FACILIDADE DE LEITURA

Uma avaliação de quão fácil é a leitura de um texto, medida de acordo com a quantidade de palavras por frase e a quantidade de sílabas por palavras. Utilizamos o [Teste de Legibilidade de Flesch](#) para este relatório.

Lendo a tabela da esquerda para a direita, você pode ver que, quanto **mais simples é o texto, maior é a taxa de conversão.**

A tabela seria interpretada como:

*“Mantenha sua linguagem simples. Páginas com um nível de leitura de 8º ano primário ou menor tiveram uma taxa de conversão que foram 15% a 30% melhor.”*

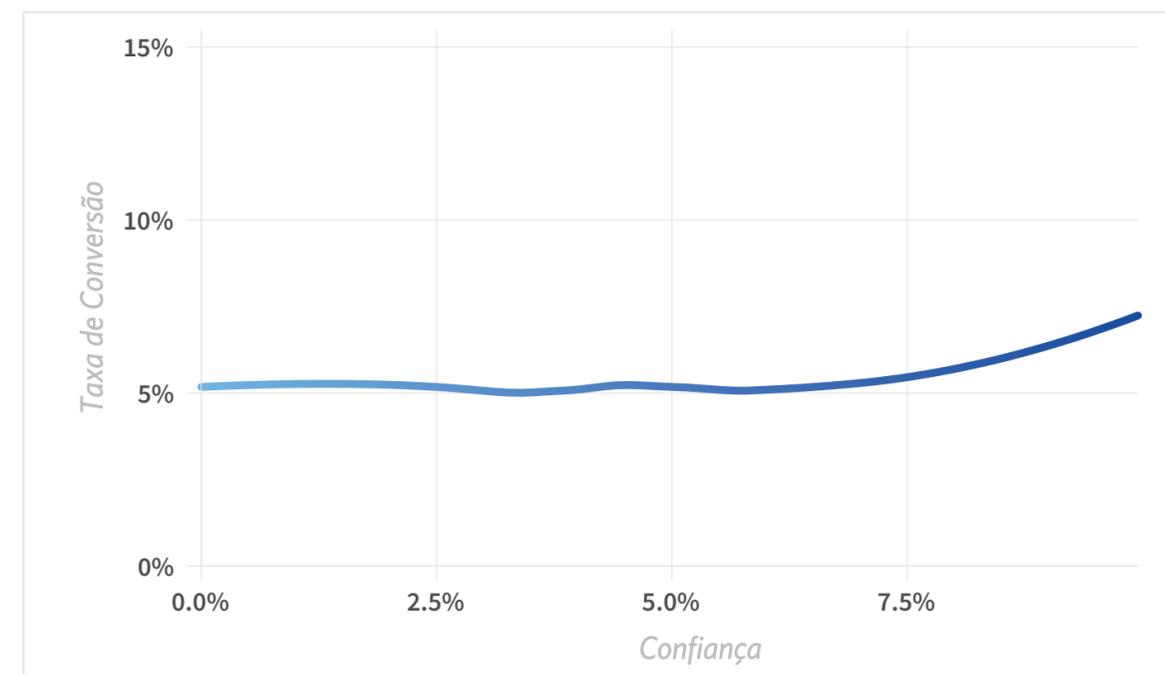
## Exemplo de Tabela 3: Taxa de conversão por percentagem de texto gerador de confiabilidade

Certas palavras criam sentimentos subconscientes nos visitantes. A Unbounce analisou como sentimentos e emoções diferentes afetam as taxas de conversão.

**Emoção:** para este relatório, utilizamos um [Dicionário de Emoções](#) para determinar se palavras associadas com as oito emoções básicas (raiva, expectativa, nojo, medo, felicidade, tristeza, surpresa e confiança) afetam as taxas de conversão gerais.

**Sentimento:** Textos de landing pages podem ser utilizados para evocar uma resposta nos visitantes — seja positiva, negativa ou neutra. Palavras em uma landing page podem ser associadas com diversas emoções, mas apenas um sentimento de cada vez.

Na seção abaixo, examinamos **como a porcentagem de palavras que evocam sentimentos de confiança se comparam às taxas de conversão:**



*Esta tabela mostra como uma porcentagem do texto que evoca confiança se relaciona com taxas de conversão para a indústria C. No eixo X, temos as porcentagens de texto que utilizava palavras relacionadas à confiança — no eixo y, às taxas de conversão.*

Aqui vemos que uma porcentagem maior de texto que evoca confiança corresponde a uma maior taxa de conversão.

Você pode estar pensando: “E quais seriam as palavras que evocam confiança nesta indústria, por exemplo?”.

Durante este relatório, sempre que utilizarmos uma tabela de sentimento ou emoção, também incluiremos uma tabela listando as palavras mais comuns para aquele sentimento/emoção nesta indústria.



*Nós não analisamos o impacto de palavras específicas na taxa de conversão, apenas a porcentagem de conteúdo, no geral. Utilize estas listas como pontos iniciais para rever seu texto, mas sempre utilize seu bom senso.*

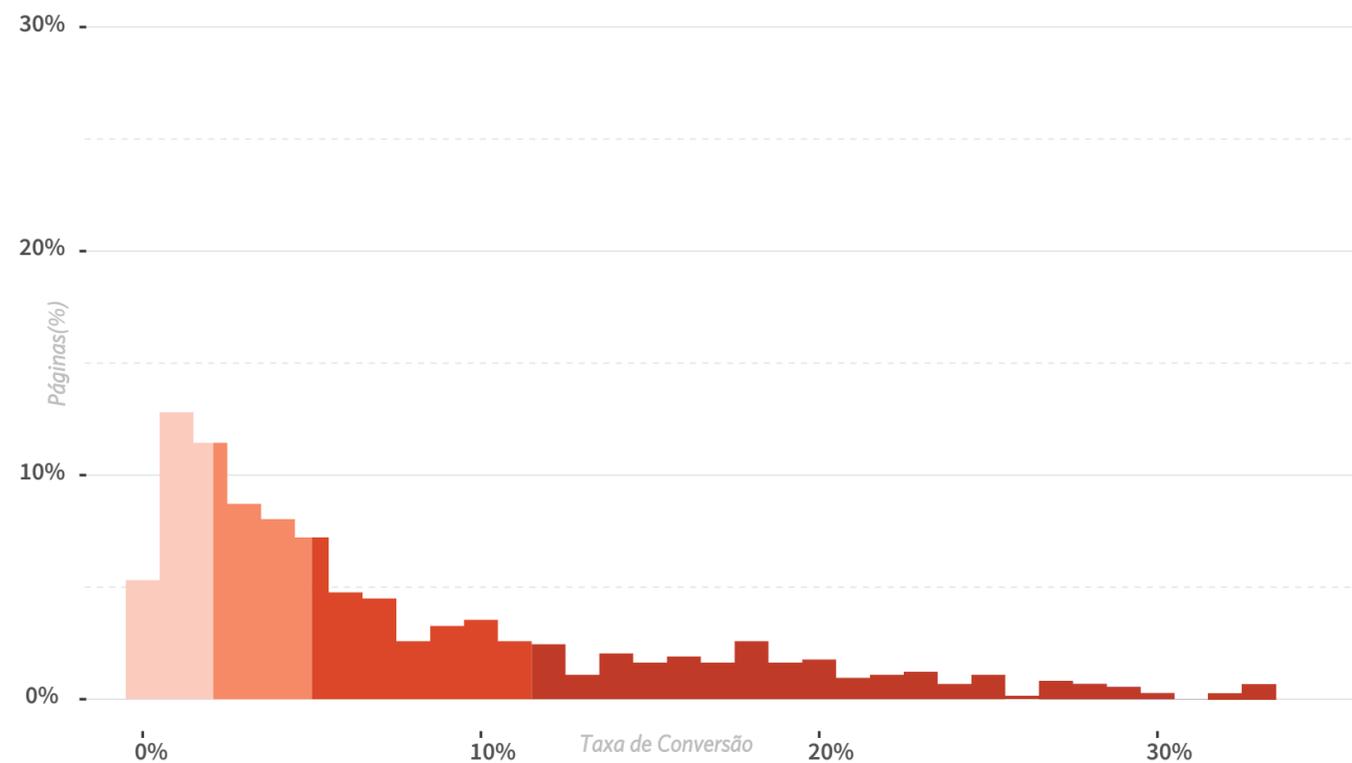
#### **PALAVRAS COMUNS ASSOCIADAS COM CONFIANÇA NO RAMO C\***

*gerenciamento, satisfação, sistema, equipe, gerenciar, real, política, fornecer, aprimorar, superior, guia, salvar, crescer, poderoso, conduzindo, conformidade, responsabilizar, preencher, manutenção, dinheiro.*

*\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.*

—  
**TURISMO**

# TURISMO/VIAGEM



## Como os Profissionais de Marketing se Comparam?

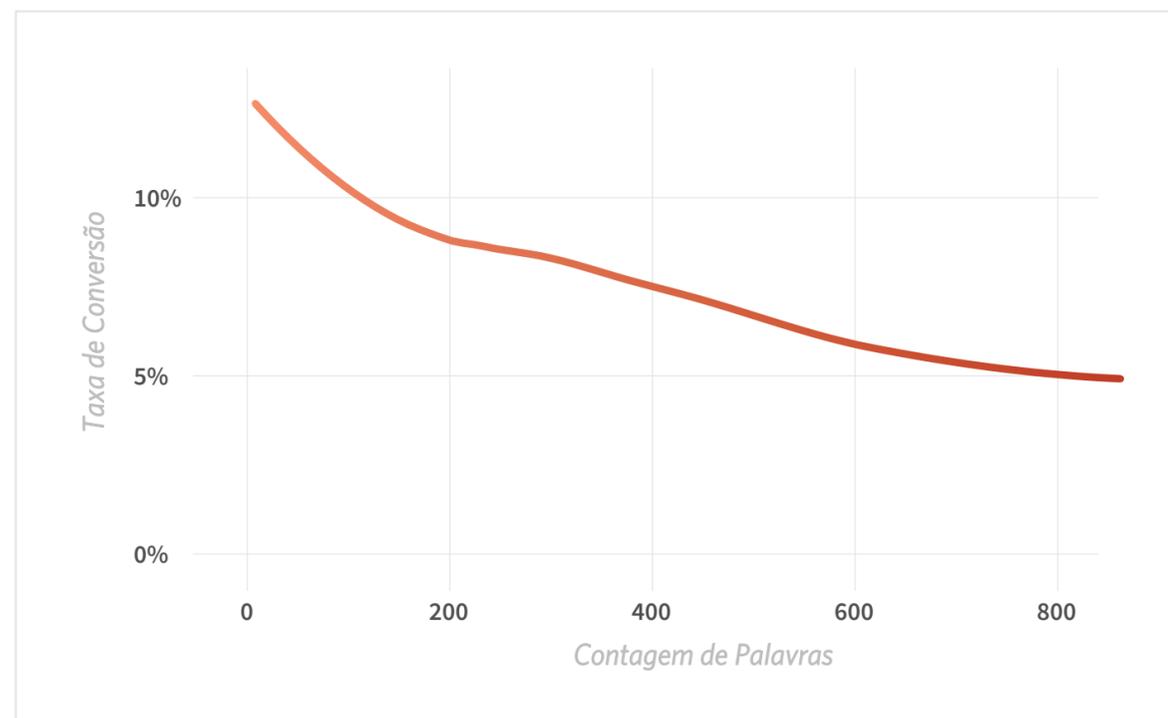
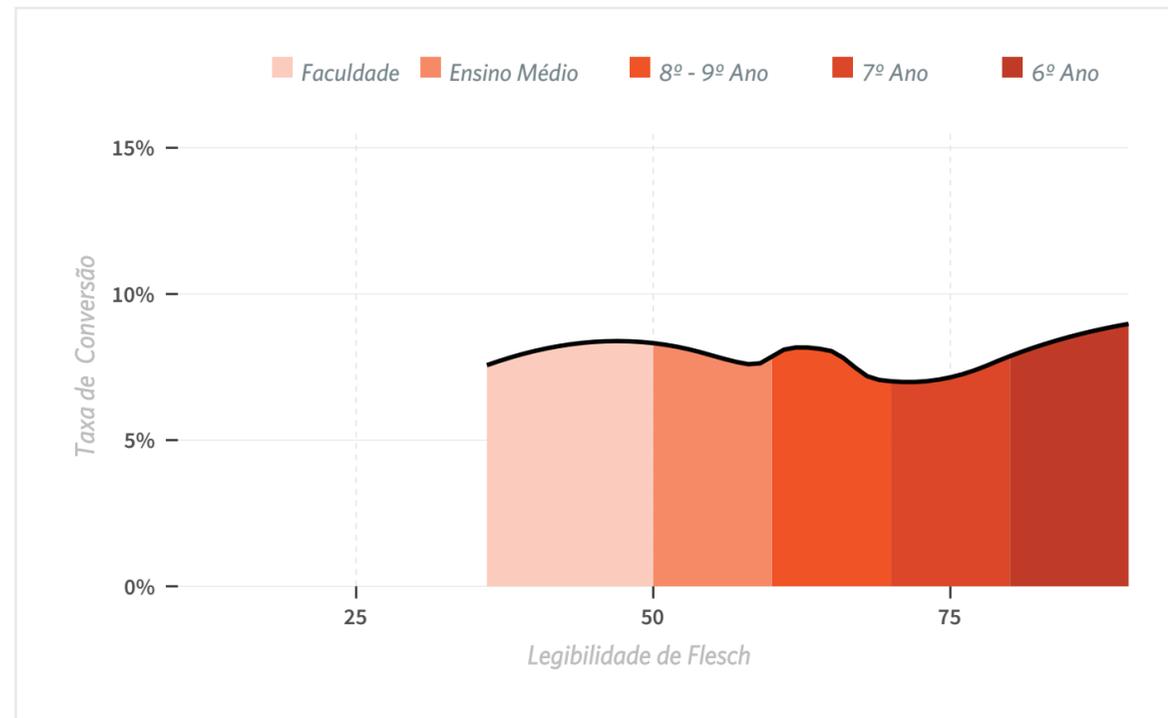
- **45,6%** dos profissionais de marketing neste ramo têm, ao menos, uma página que converte menos que 2,1% (no 25º percentil).
- Percebe a diferença drástica da taxa de conversão entre percentis? Se você é parte dos 45,6%, suas páginas podem ser muito melhoradas.
- No último trimestre, os profissionais de marketing desta indústria tiveram uma média de **905** [Conversões perdidas](#).
- Observamos uma média de **331,6** de conversões por profissionais de marketing nessa indústria no último trimestre.

PERCENTIL	25%	50%	75%	90%
TAXA DE CONVERSÃO	2,1%	5,0%	11,6%	19,7%

Se sua página de Turismo tem uma taxa de conversão acima de 19,7%, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.

Se sua página de Turismo tem uma taxa de conversão acima de **19,7%**, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.

 TWEET ESTA CITAÇÃO



## Recomendações da Unbounce

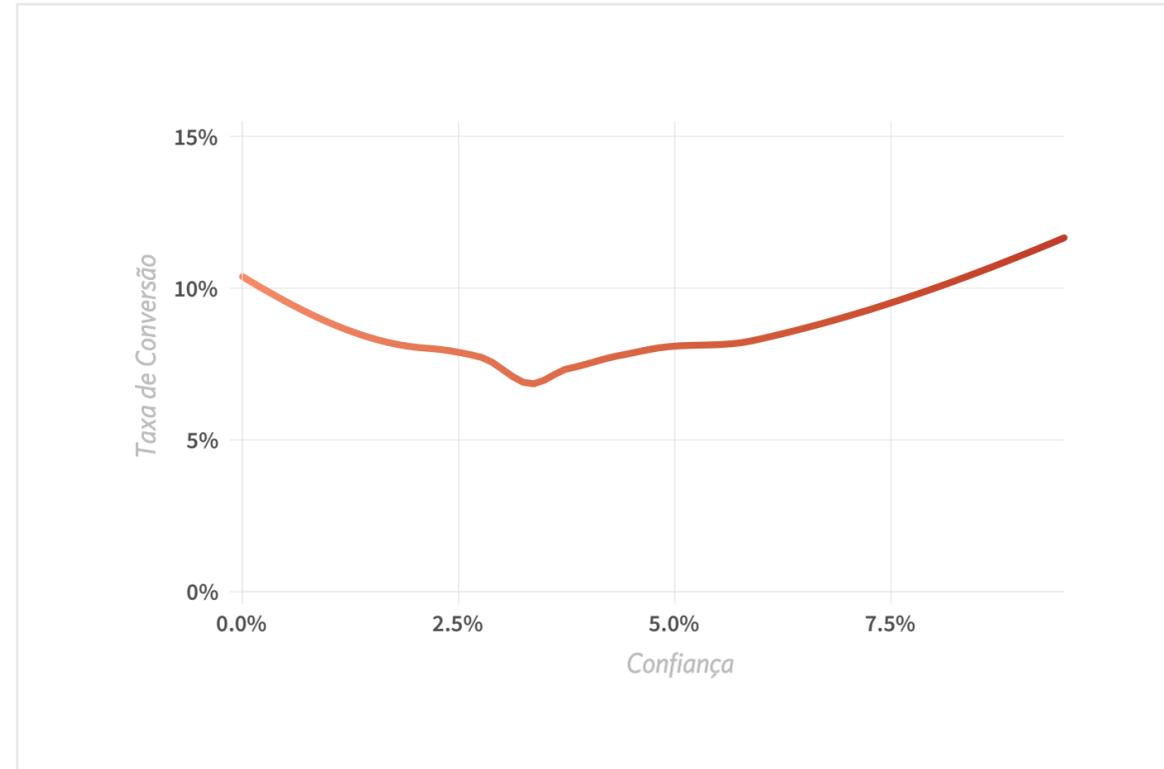
- Não observamos uma dependência muito forte em relação à facilidade de leitura neste ramo, mas o melhor é manter o idioma o mais simples e fácil de entender possível.
- Landing pages menores nesta vertical convertem melhor. Foque em ser sucinto e garantir que cada palavra inclusa em seu texto sirva a um propósito claro.
- Mantenha seu linguajar positivo. Mesmo que apenas 1% de seu texto lembre subconscientemente seu visitante de sentimentos de raiva ou medo, você pode encarar uma diminuição de até 25% de suas taxas de conversão. Ninguém quer ficar com irritado em suas férias.

Excesso de texto é o assassino silencioso de conversões de uma landing page.



Inspire a vontade de conhecer lugares novos em seus visitantes e capture detalhes sobre onde, como e quando eles querem viajar com a Unbounce responsiva para visualização em aparelho móveis. [Templates para landing pages de Turismo.](#)

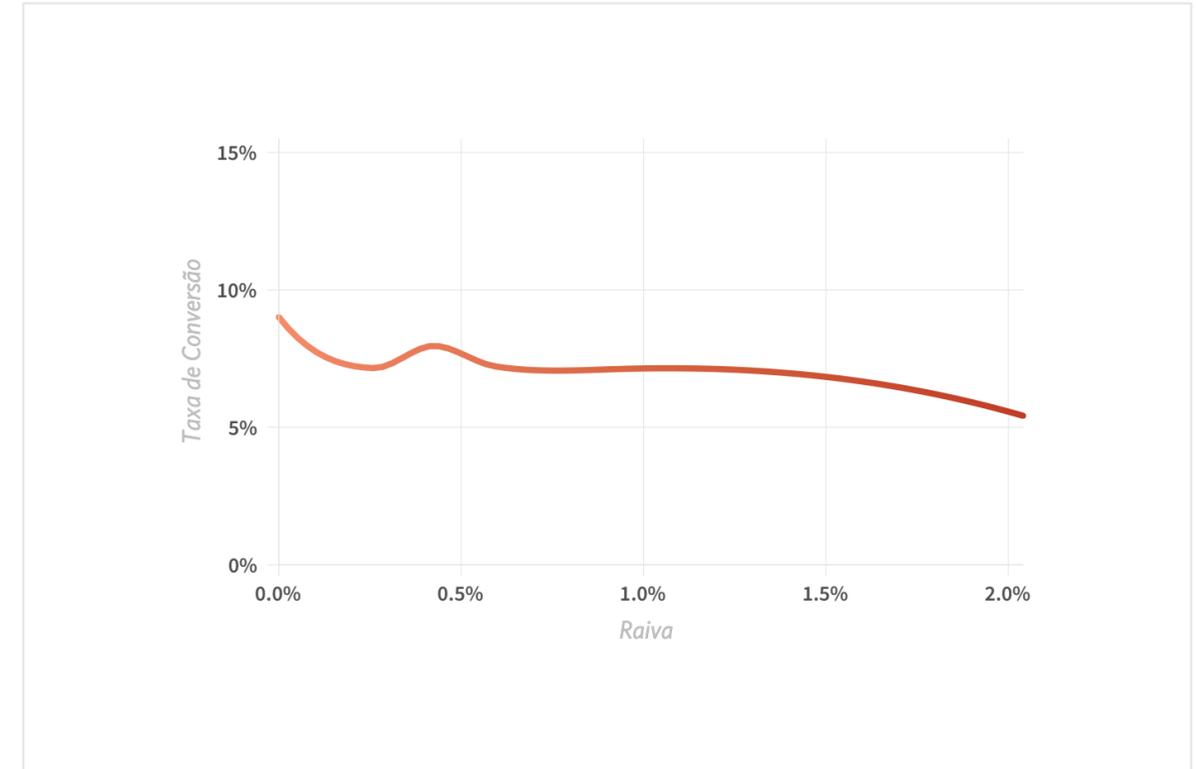
- Encontramos evidências de que visitantes nas páginas de Turismo têm pouca preocupação sobre a legitimidade das ofertas. Teste utilizando palavras que aumentam a confiança para descrever os destinos em detalhes. Utilizar pelo menos 7% (e até 10%) de seu texto para estabelecer confiança pode resultar em taxas de conversão até 20% melhores.



#### **PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM CONFIANÇA EM TURISMO\***

*aproveitar, perfeito, segredo, principal, equipe, guia, poupar, pessoal, spa, comida, planejamento, política, fornece, estrela, prêmio, real, compartilhar, amigável, recomendar e escola*

- Mantenha seu linguajar positivo. Se mesmo apenas 1% de seu texto lembrar subconscientemente seu visitante de sentimentos de raiva ou medo, você pode encarar uma diminuição de até 25% de suas taxas de conversão. Ninguém quer ficar com raiva em suas férias.



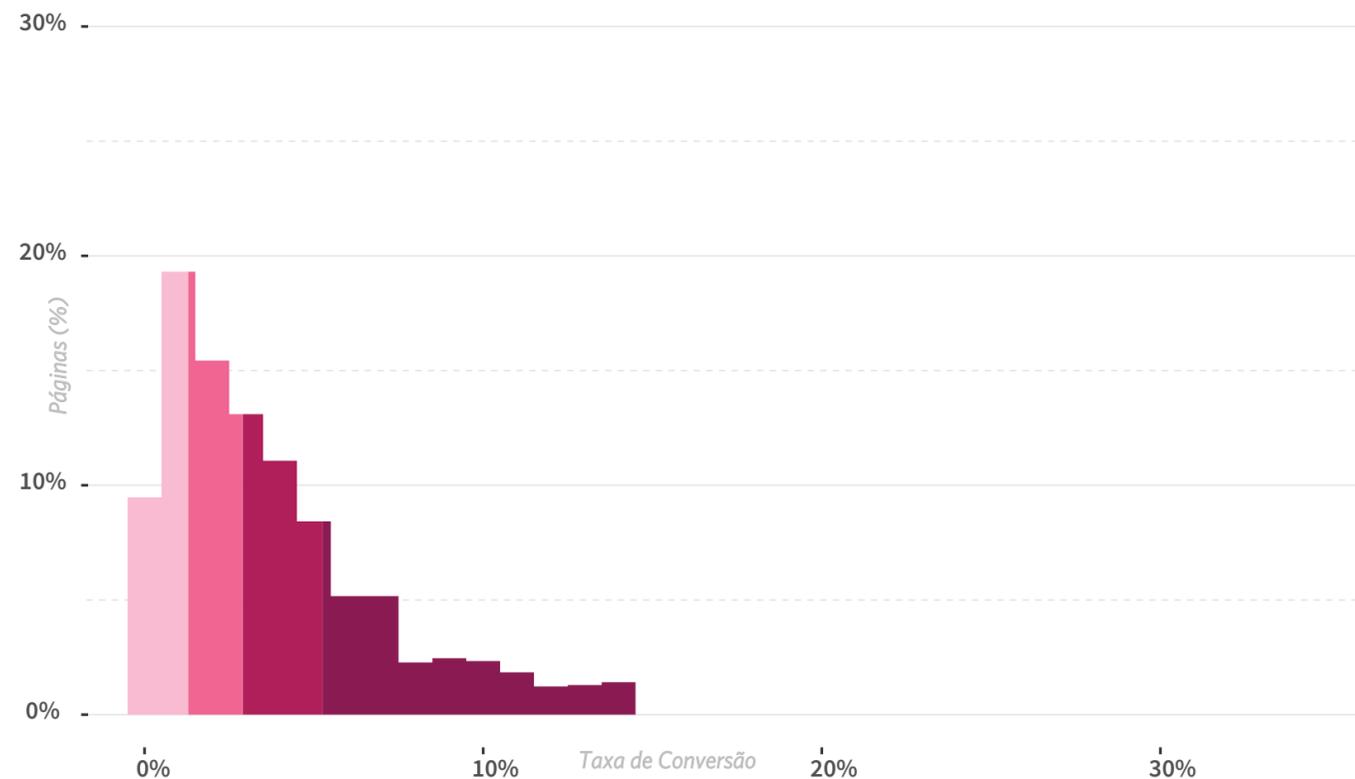
#### **PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM RAIVA EM TURISMO\***

*limitado, árvore, dinheiro, calor, deserto, infinito, desafio, ameaça, taxa, sentimento, granizo, pedra, urso, bufê, linchar, explosão, grana, cruz, desespero, tiroteio*

\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.

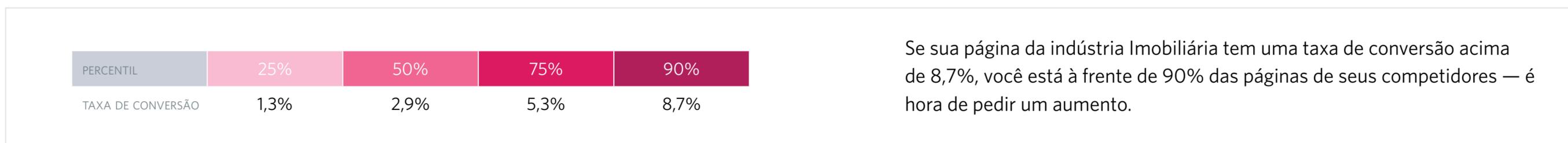
—  
**IMOBILIÁRIO**

# IMOBILIÁRIO



## Como os Profissionais de Marketing se comparam?

- **41,6%** dos profissionais de marketing desta indústria têm, ao menos, uma página que converte no mínimo 1,3% (no 25º percentil).
- No último trimestre, profissionais de marketing neste ramo viram uma média de **706 conversões perdidas**.
- Observamos **140,2** conversões médias por profissional de marketing neste ramo, no último trimestre.

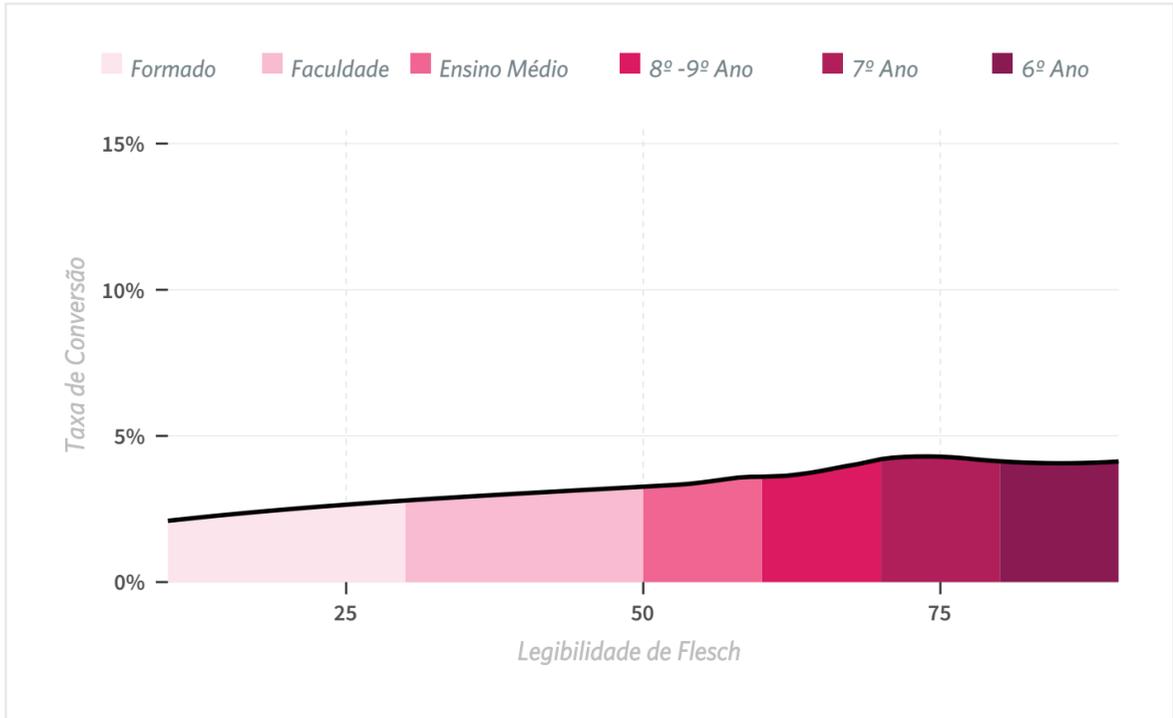


Se sua página da indústria Imobiliária tem uma taxa de conversão acima de 8,7%, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores — é hora de pedir um aumento.

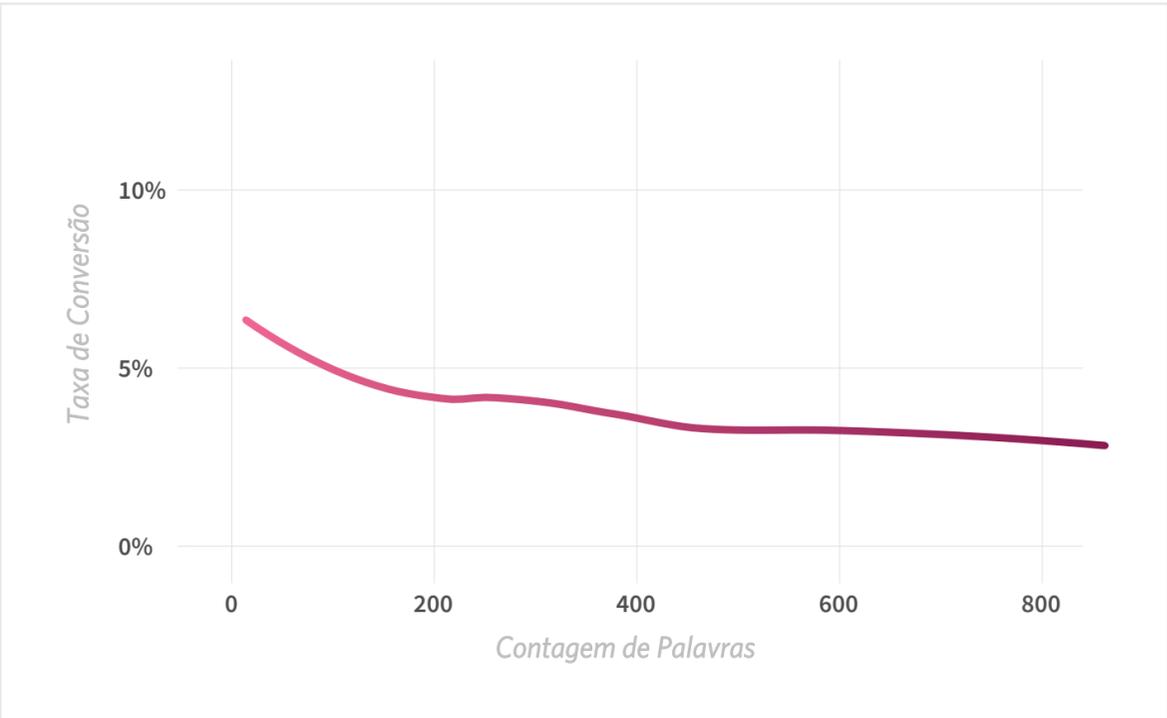
Se sua página do ramo Imobiliário tem uma taxa de conversão acima de **8,7%**, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores — é hora de pedir um aumento.

 TWEET ESTA CITAÇÃO

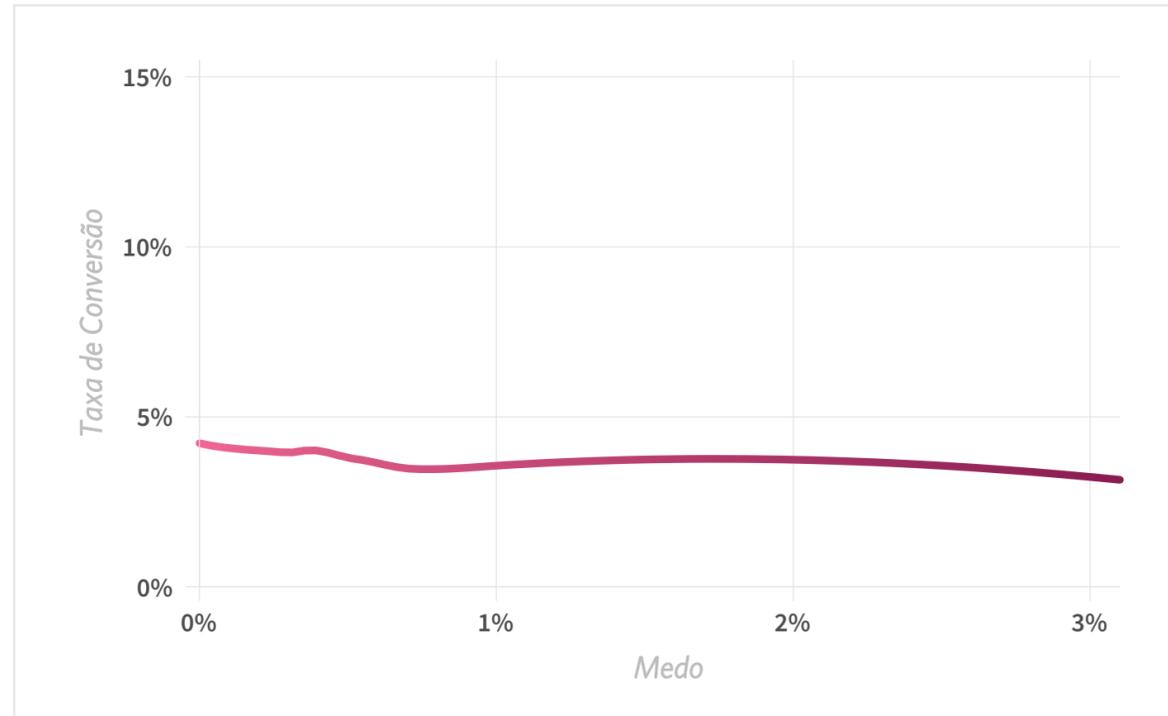
# Recomendações da Unbounce



- Os prospectos desejam uma linguagem simples e acessível. A taxa de conversão prevista para uma landing page escrita com um nível de linguagem de 6º ano foi quase o dobro de uma página escrita em nível de universidade.



- Mantenha o texto da landing page o mais conciso possível. No geral, observamos uma taxa de conversão 33% menor em landing pages mais longas.



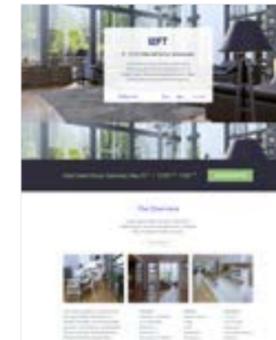
**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM MEDO NO SETOR IMOBILIÁRIO \***

*mais alto, fogo, problema, observar, mudança, confiança, hipoteca, despejo, dinheiro, risco, corte, militar, preocupação, destino, tratar, difícil, tribunal, grito, emergência, infinito*

*\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.*

- Em sua maior parte, nós não observamos uma grande dependência sobre sentimentos neste ramo, com exceção...
- Observamos uma tendência levemente negativa para páginas que utilizam termos que induzem o medo. Se mais 0,5% de seu texto evocar sentimentos de medo, você pode estar atrapalhando suas taxas de conversão.

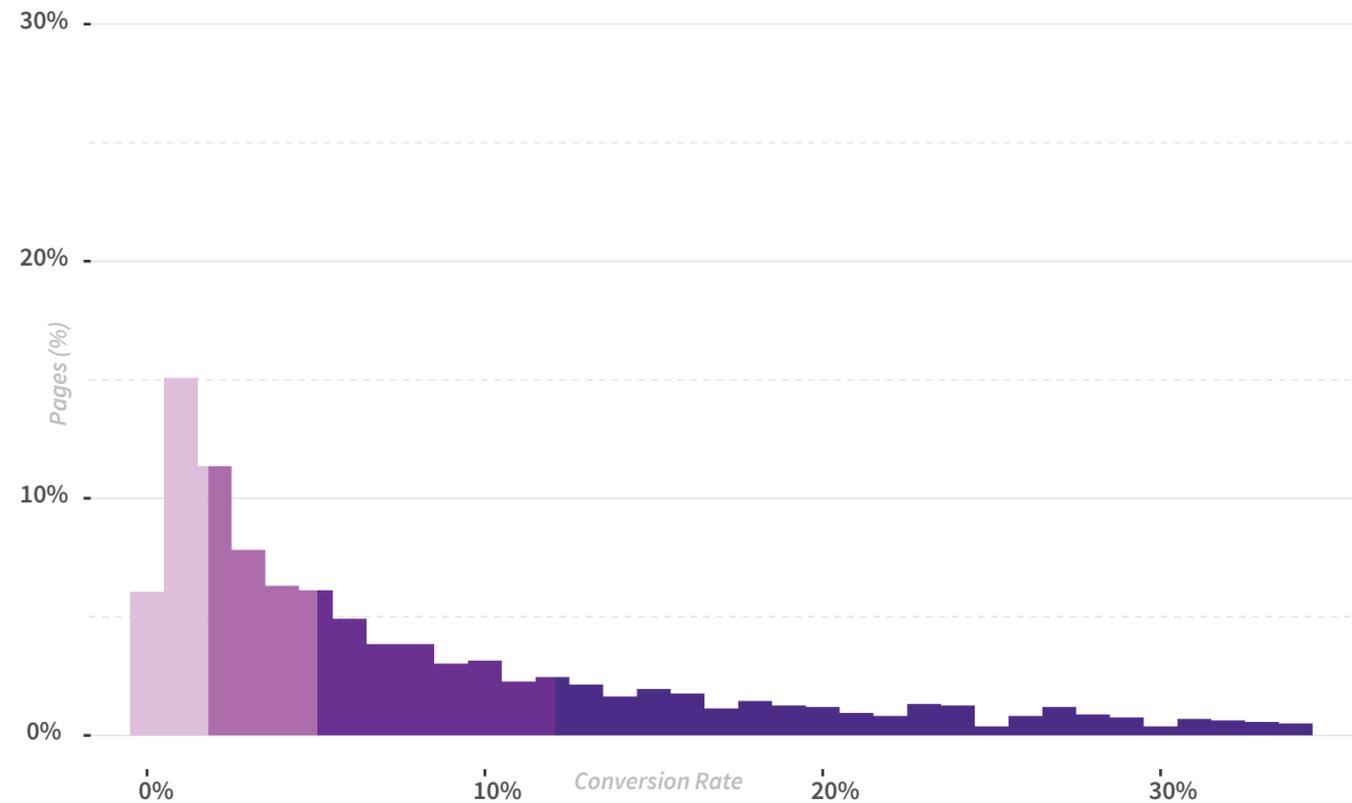
*Texto que induz medo pode não ser a única coisa afastando visitantes. Tome cuidado com erros comuns que podem estar causando ansiedade em sua landing page (e aprenda como consertar isso).*



*Faça com que seus anúncios se destaquem com um texto arrojado e fotografias fantásticas — confira as [templates de landing page imobiliárias](#) mobile responsive da Unbounce.*

—  
**CONSULTORIA  
EMPRESARIAL**

# CONSULTORIA EMPRESARIAL



## Como os Profissionais de Marketing se comparam?

- Landing pages nesta indústria apresentam algumas das maiores taxas de desempenho dentre todas.
- Este ramo tem uma das maiores dispersões de taxas de conversão, e o 95º é na verdade o maior com **27,2%**. Isso significa que existe um grande potencial para melhorias.
- **37,3%** dos profissionais de marketing nesta indústria tem, pelo menos, uma página que converte no mínimo 1,8% (no 25º percentil).
- No último trimestre, profissionais do marketing neste ramo viram uma média de **598 conversões perdidas**.
- Observamos **114,2** conversões, em média, por profissional de marketing neste ramo, no último trimestre.

PERCENTIL	25%	50%	75%	90%
TAXA DE CONVERSÃO	1,8%	5,0%	12,1%	21,7%

Se sua página de Consultoria Empresarial tem uma taxa de conversão acima de 21,7%, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.

Se sua página de Consultoria Empresarial tem uma taxa de conversão acima de **21,7%**, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores



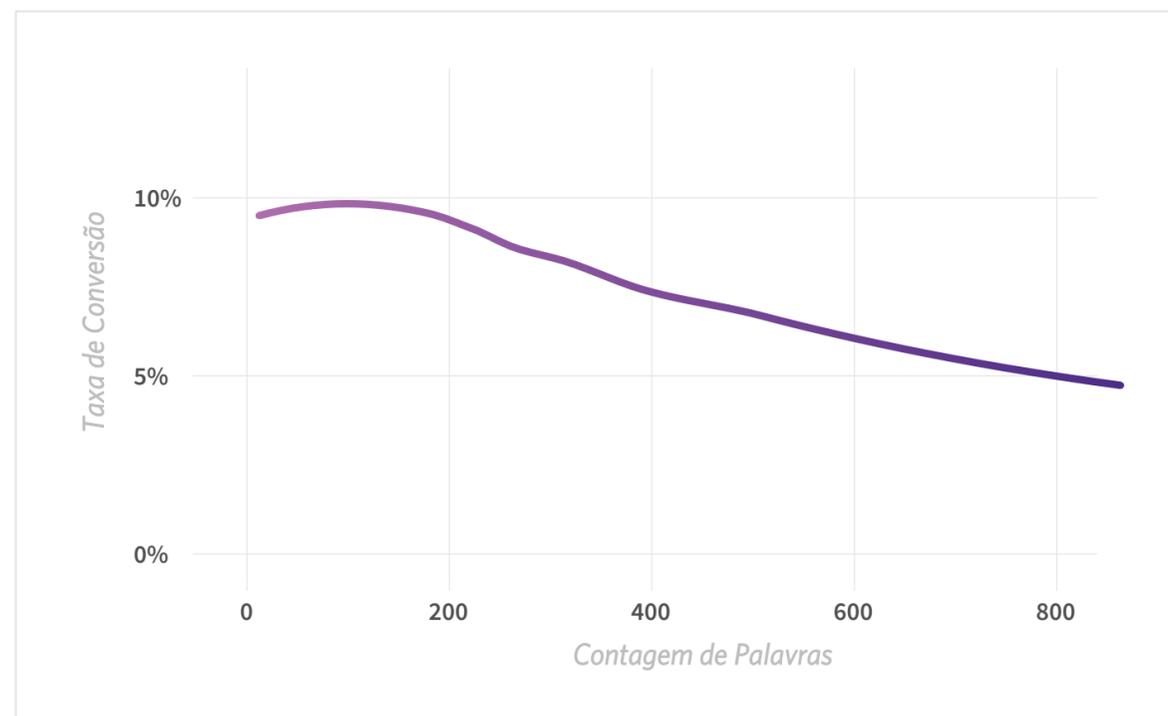
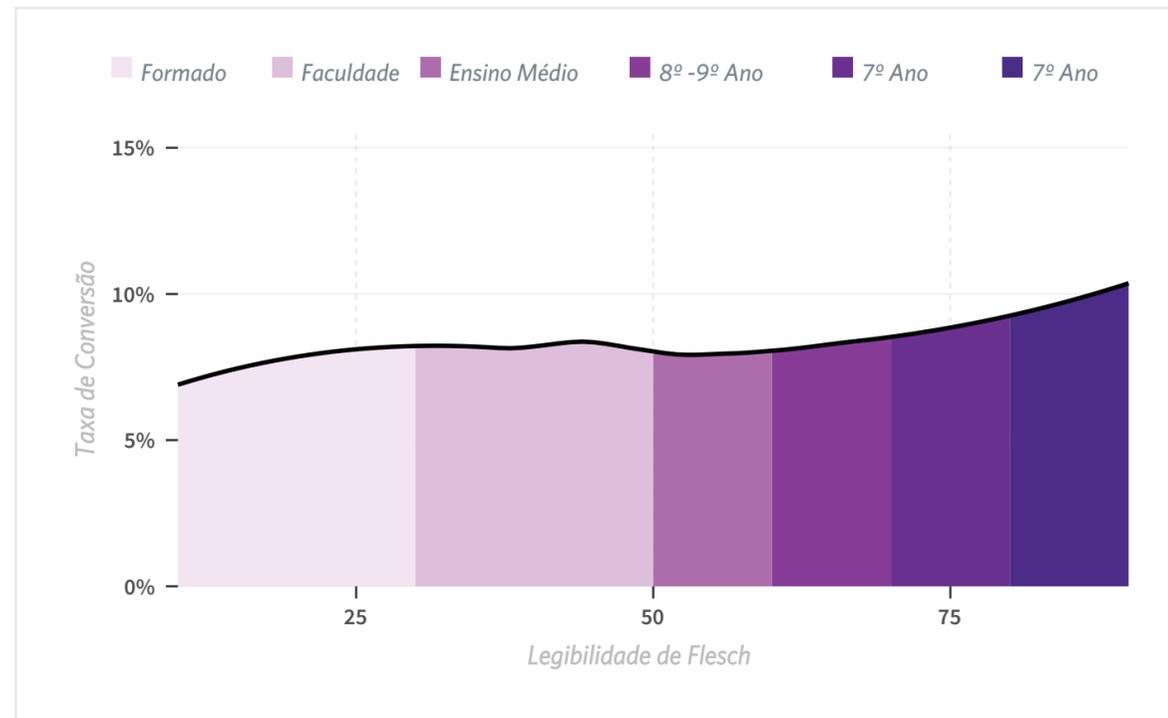
TWEET ESTA CITAÇÃO

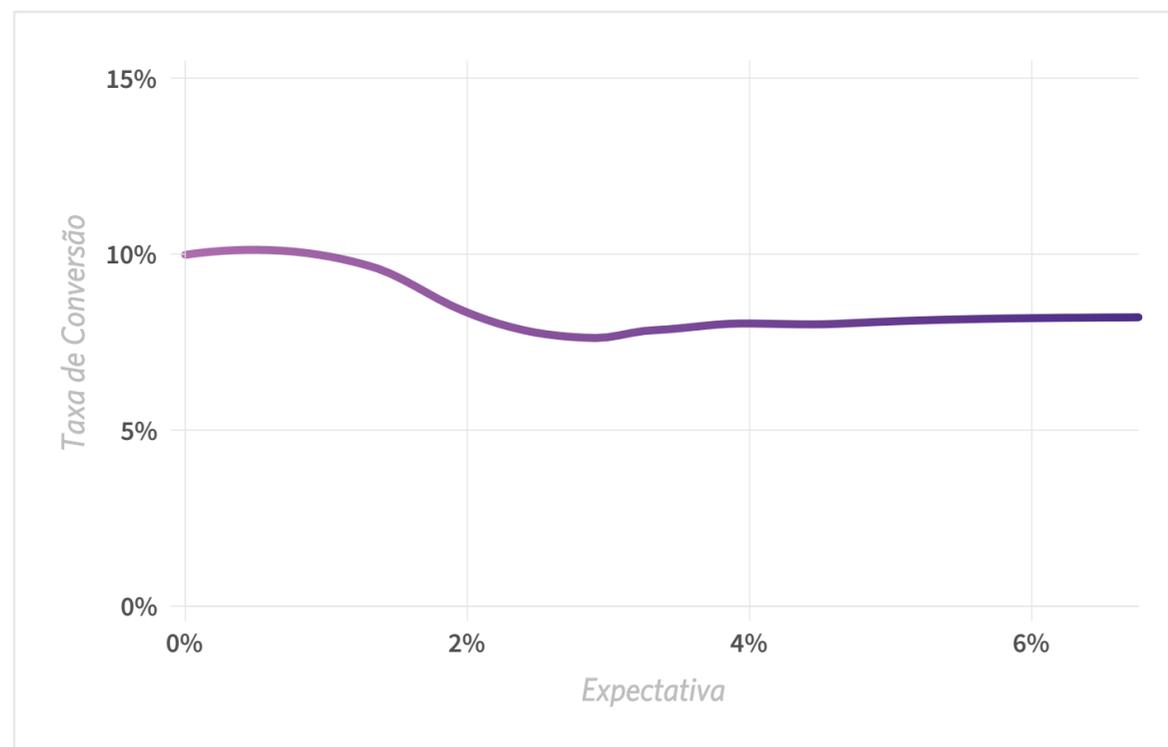
## Recomendações da Unbounce

- Páginas com uma facilidade de leitura equivalente ao 7º ano ou menor convertem visivelmente melhor.
- Utilizar mais de 1,5% de seu texto para criar uma sensação de expectativa ao redor de sua oferta pode resultar em páginas com taxas de conversão até 25% menores. Você pode pensar que palavras como “prever”, “alcançável”, “realização”, “exceder” e “excelência” ajudam a elevar o valor de sua oferta, mas sua audiência pode ver essas palavras como clichês vazios...

Você pode acreditar que seu produto é “líder no mercado” ou “de ponta” — mas alguns termos são utilizados à exaustão e acabam se tornando vazios..

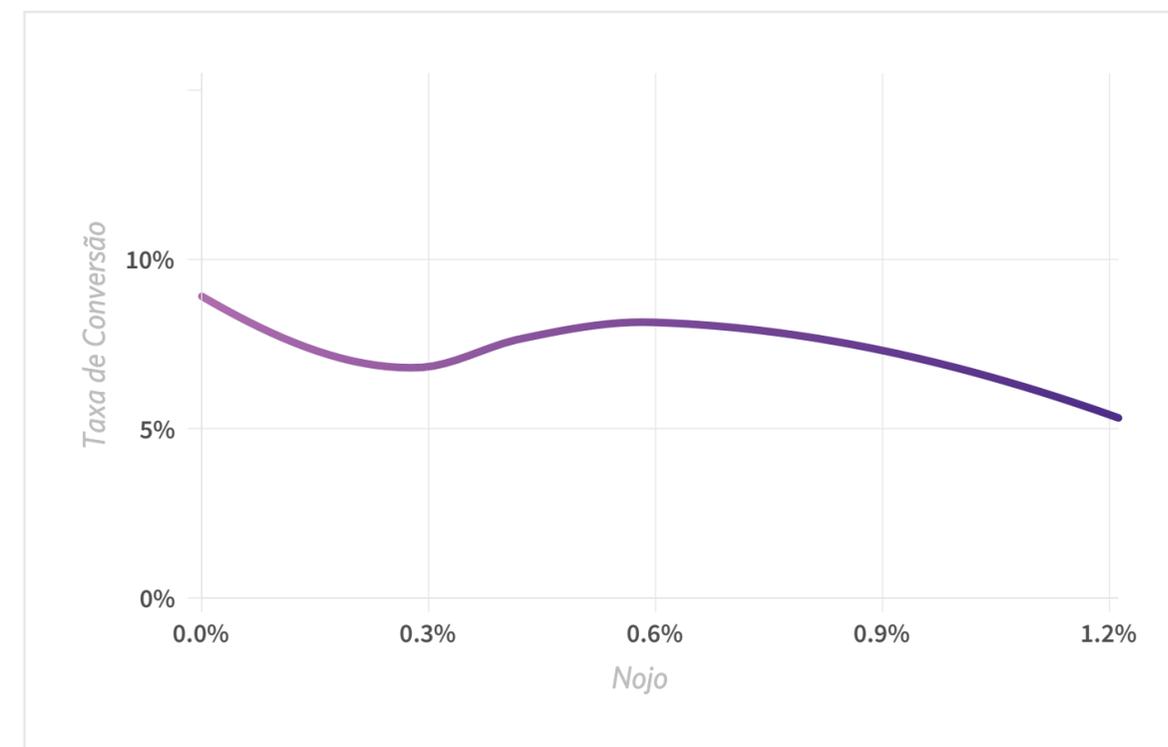
- Este ramo aparentemente mostra alguma correlação entre contagem de palavras e conversões. Para cada 250 palavras adicionais em uma página, nós observamos uma taxa de conversão 20% menor.
- Utilizar quaisquer palavras que possam evocar sentimentos de repulsa em sua audiência (palavras como “culpa”, “enganar”, “colapso”, “desastre” e “ofender”) pode atrapalhar suas taxas de conversão.





**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM EXPECTATIVA EM CONSULTORIA EMPRESARIAL \***

*tempo, rede, planejamento, risco, carreira, organização, plano, branco, topo, começar, universidade, oportunidade, móvel, desenvolver, bem-sucedido, ganhar, sucesso, melhorar, compartilhar, crescer*



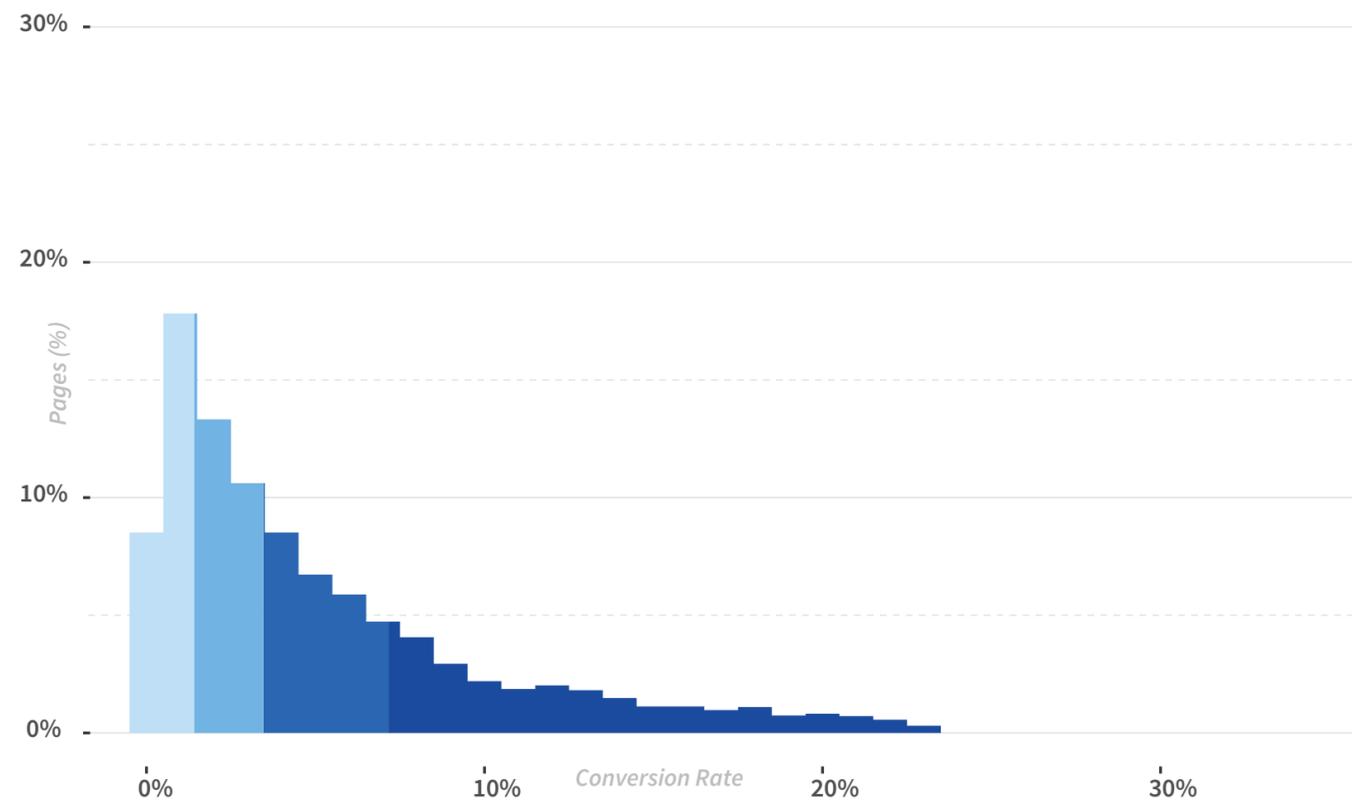
**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM REPULSA EM CONSULTORIA EMPRESARIAL \***

*vencedor, poderoso, interessado, acionável, corte, excelência, desperdício, interior, desagradável, fracasso, finalmente, provocando, maior, sentimento, celebridade, corrupção, nutrição, permanece, mau, ódio*

\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.

# SERVIÇOS EMPRESARIAIS

# SERVIÇOS EMPRESARIAIS



## Como os Profissionais de Marketing se comparam?

- **36,6%** dos profissionais de marketing desta indústria têm, ao menos, uma página que converte no mínimo 1,4% (no 25º percentil).
- No último trimestre, profissionais de marketing nesta indústria acompanharam uma média de **618** [conversões perdidas](#).
- Nós observamos uma média de **101** conversões por profissional de marketing neste ramo no último trimestre.



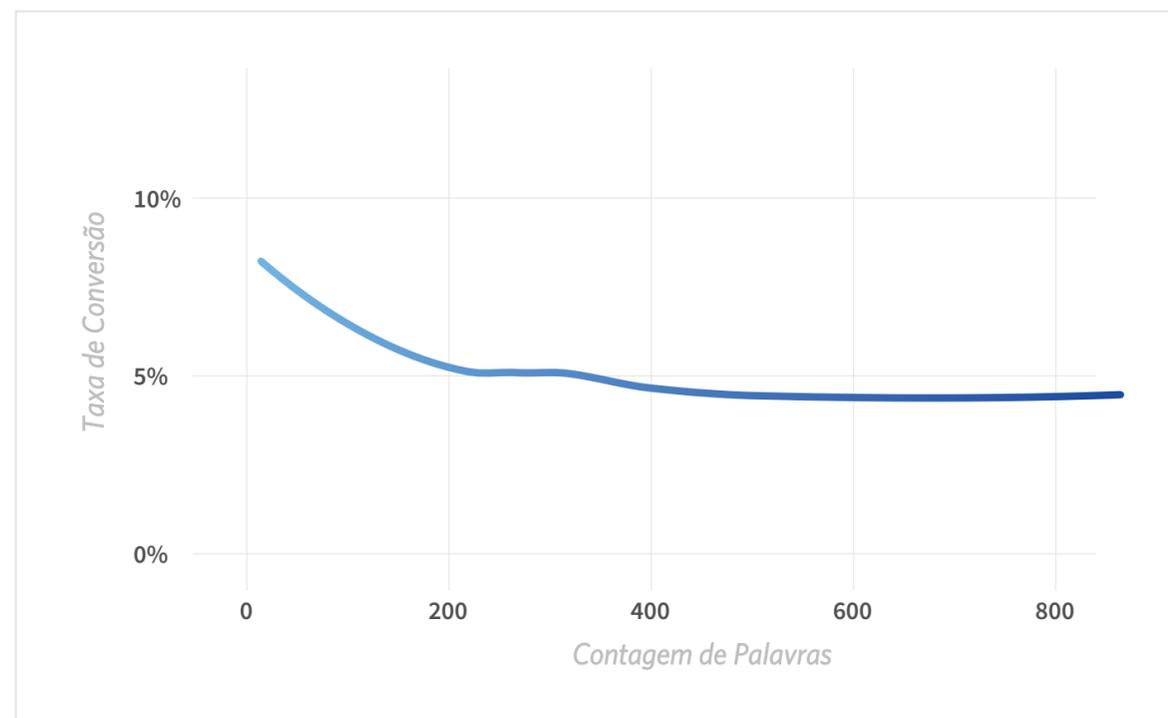
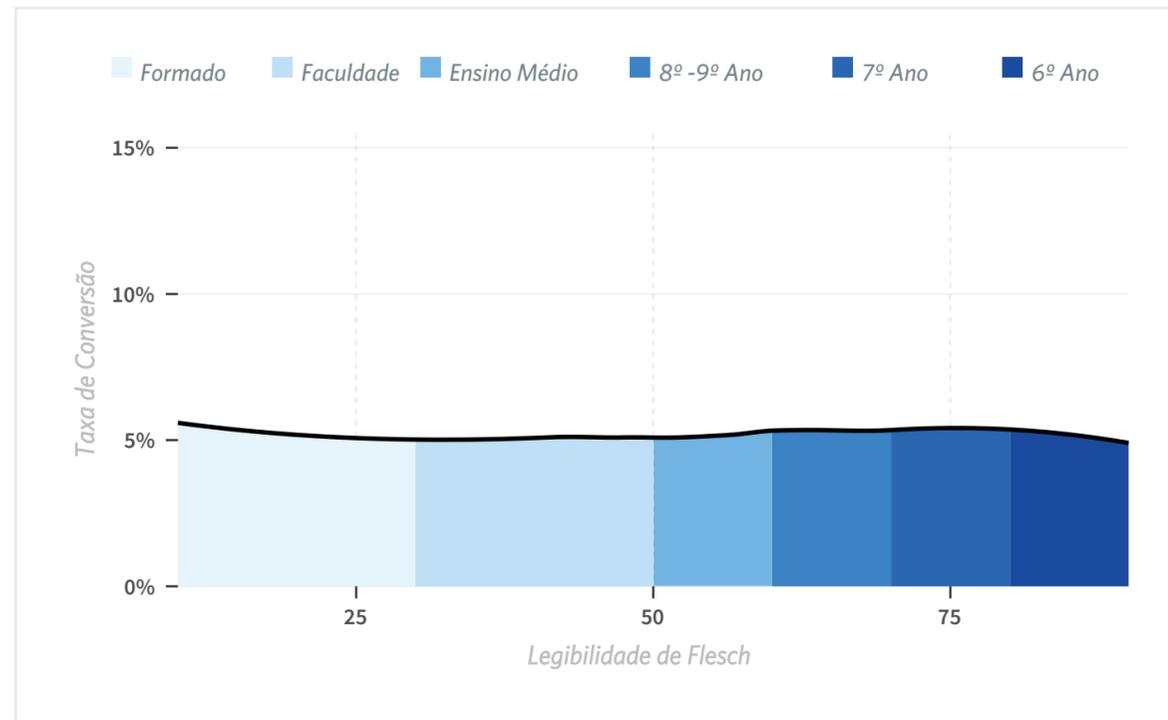
Se sua página de Serviços Empresariais tem uma taxa de conversão acima de 13,0% , você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.

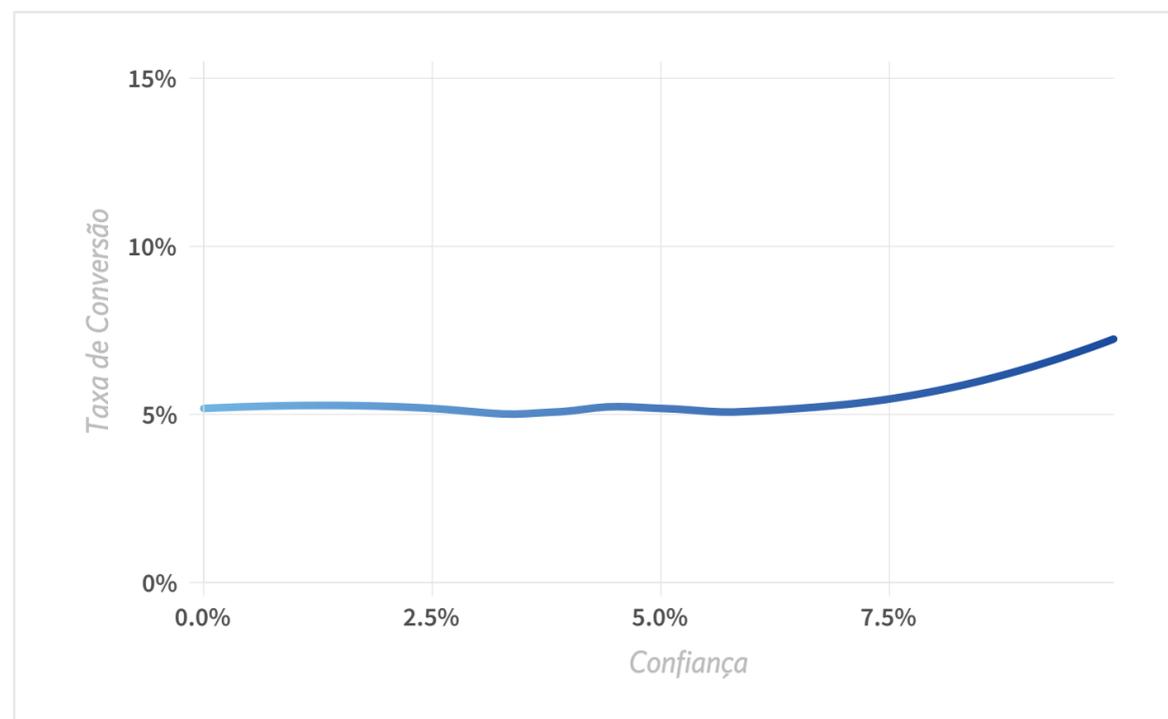
Se sua página de Serviços Empresariais tem uma taxa de conversão de **13,0%**, você está à frente de **90%** das páginas de seus competidores.

 [TWEET ESTA CITAÇÃO](#)

## Recomendações da Unbounce

- Seja o mais conciso possível. No geral, páginas com menos de 100 palavras convertem 50% mais do que aquelas com mais de 500 palavras.
- Este é um ramo no qual os dados não mostram nenhum caminho óbvio para melhoria, além da quantidade de palavras apresentadas. Não existem muitos indicadores de que sentimentos, emoções e complexidade da linguagem tiveram um grande efeito em taxas de conversão.
- Uma emoção que parece ter algum efeito é a confiança, mas você tem que realmente ser confiável. Se mais de 8% de sua linguagem implicar confiança, você pode ver uma melhora nas suas taxas de conversão.





**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM CONFIANÇA EM SERVIÇOS EMPRESARIAIS\***

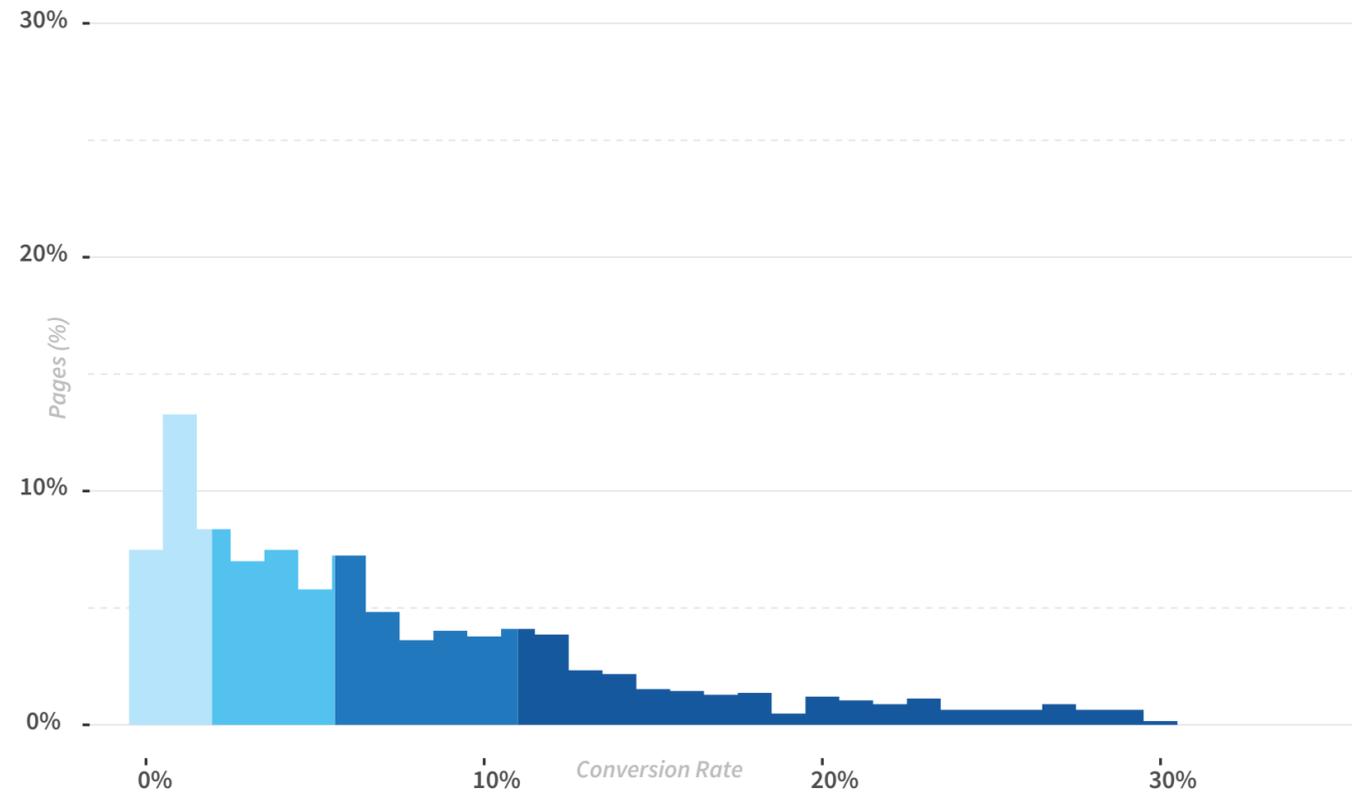
*gestão, sistema, conteúdo, gerenciar, topo, real, política, fornecer, preencher, guiar, salvar, crescer, equipe, liderar, conformidade, conta, melhorar, poderoso, manutenção, dinheiro*

\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.



—  
**CRÉDITO E  
EMPRESTIMO**

# CRÉDITO E EMPRÉSTIMO



## Como os Profissionais de Marketing se comparam?

- O marketing empresarial nesta área pode esperar uma das maiores taxas de conversão dentre todas as indústrias neste relatório. Caso esteja conseguindo apenas 5% de taxa de conversão com suas landing pages, é hora de fazer otimizações e testes.
- **43,8%** dos profissionais do marketing neste ramo tem, pelo menos, uma página que converte no mínimo 2,0% (no 25º percentil).
- No último trimestre, profissionais de marketing desta indústria viram uma média de **2.194** [conversões perdidas](#).
- Observamos **359,9** conversões em média por profissional de marketing neste ramo, no último trimestre.

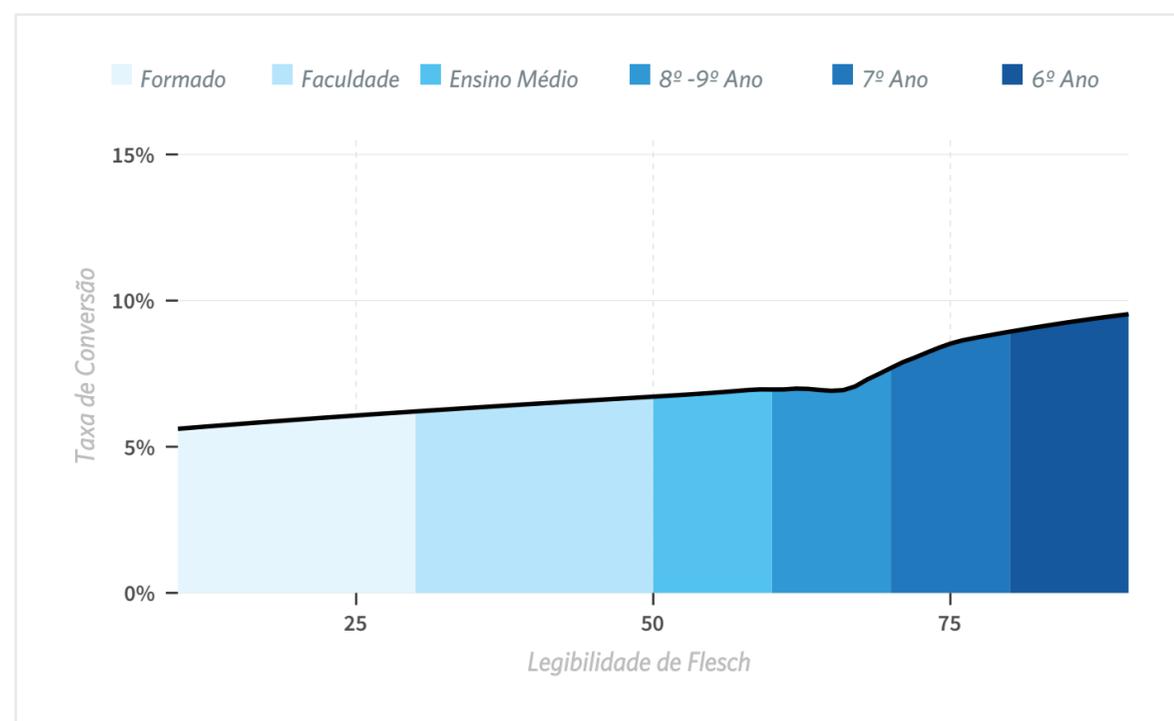


**Se sua landing page de Crédito e Empréstimo tem uma taxa de conversão acima de **17,9%**, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.**

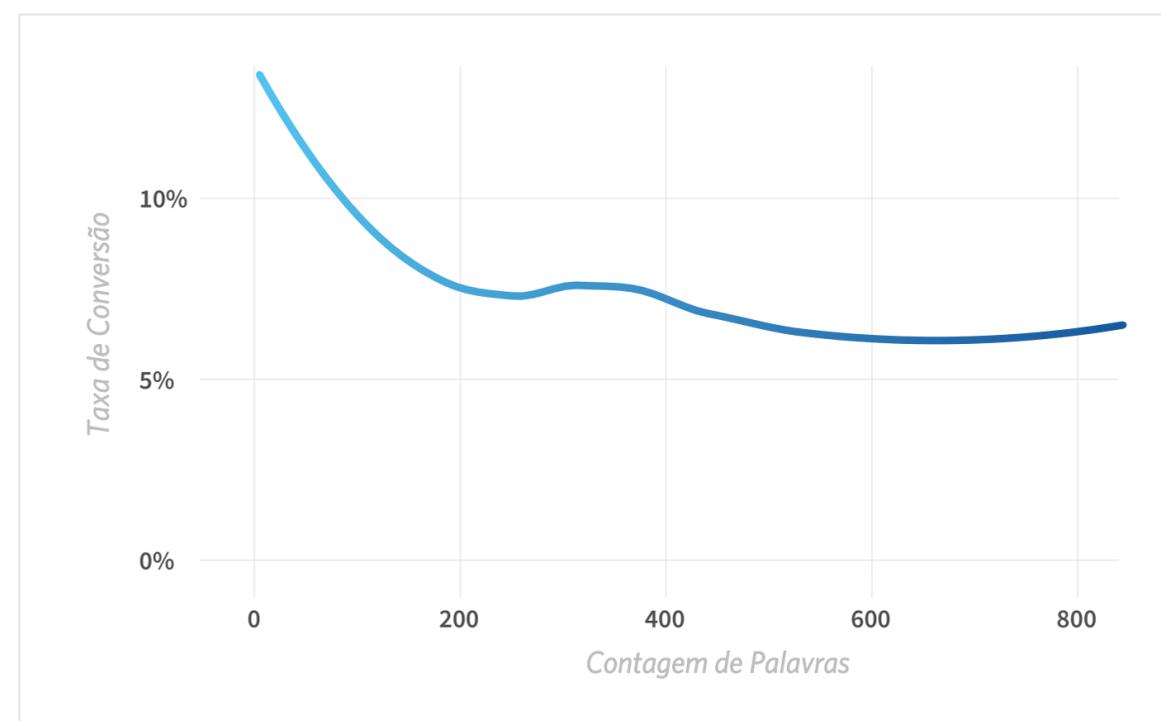


[TWEET ESTA CITAÇÃO](#)

## Recomendações da Unbounce



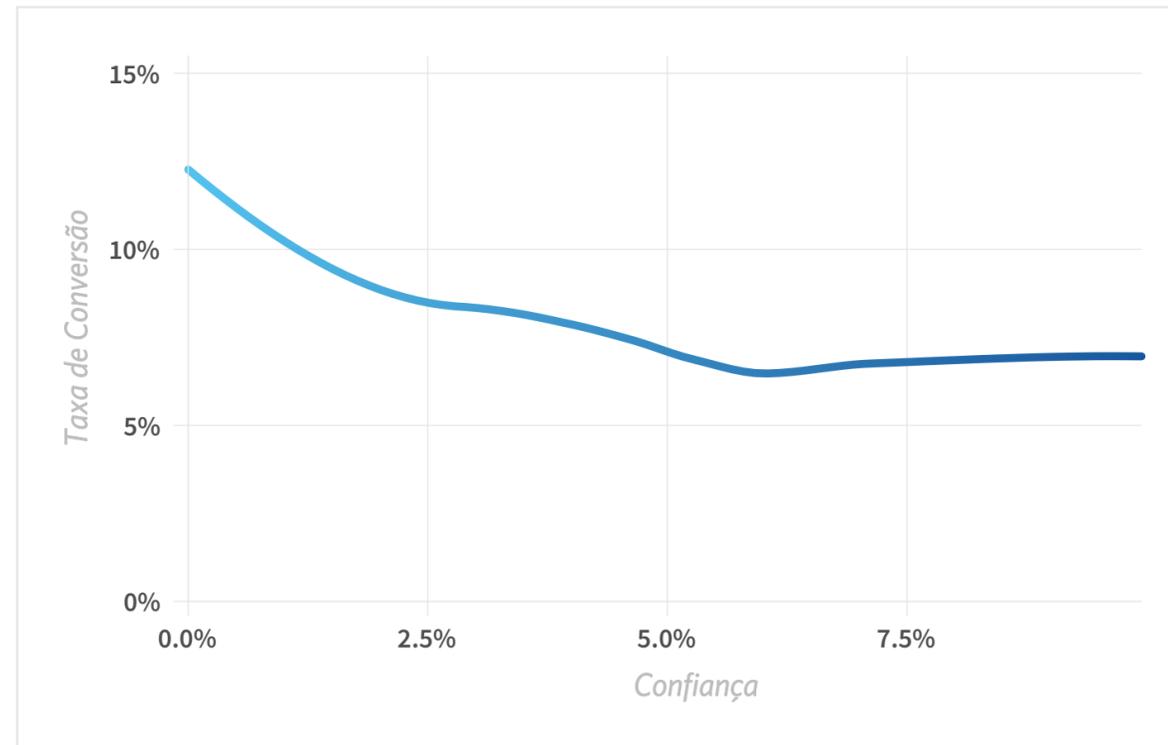
- Mantenha sua linguagem simples, ninguém quer se sentir confuso com sua oferta de cartão de crédito. Páginas com um nível de leitura de 8º ano (ou menor) correspondem a uma taxa de conversão de 5% a 30% maior.



- A tendência mais óbvia nesta indústria é que manter uma página com menos de 400 palavras é bom, mas **páginas com menos de 100 palavras, em média, quase duplicam as taxas de conversão.**

Como você pode saber se sua landing page deve ser curta ou longa?  
[Este artigo pode ajudar a testar sua convicção.](#)

- Utilize palavras que reforçam uma sensação de confiança de maneira estratégica e esporádica — compondo até 3% de sua cópia. Nossos dados mostraram que ir muito além disto resulta em uma diminuição de até 10% nas taxas de conversão.

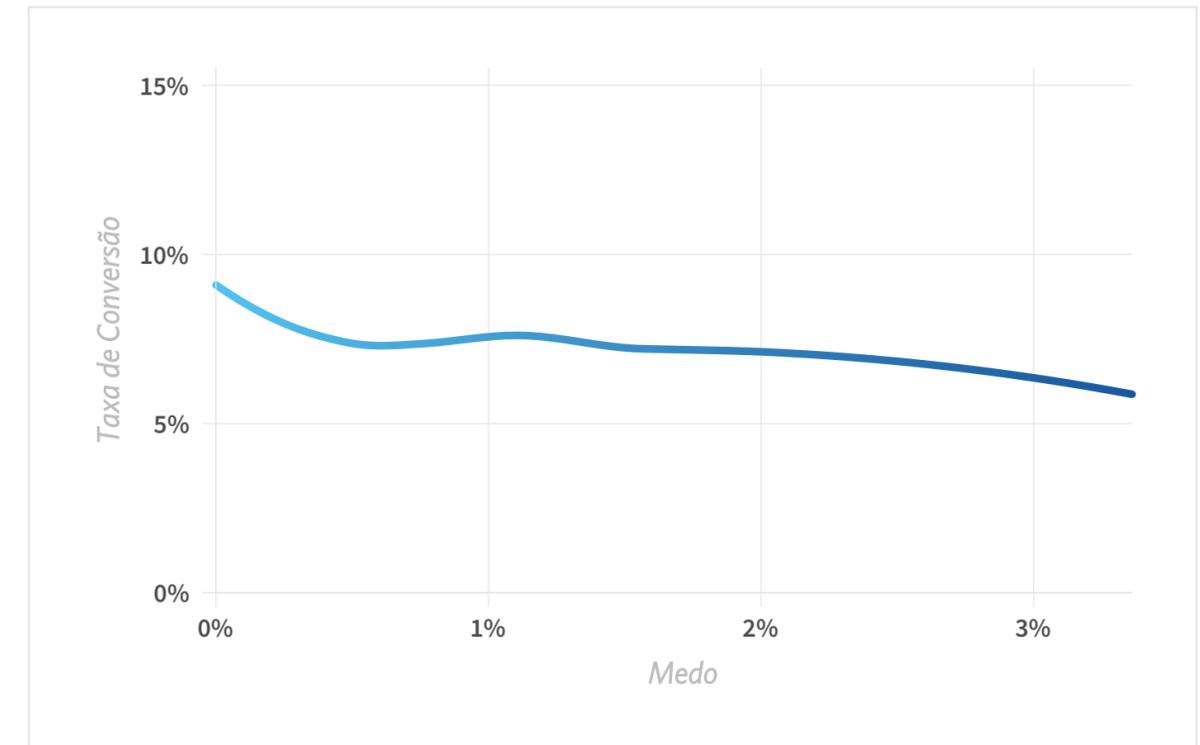


**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM CONFIANÇA EM CRÉDITO E EMPRÉSTIMO \***

*crédito, fornecer, pessoal, salvar, conselho, pagar, dinheiro, credor, dinheiro, lei, fixo, conselho, real, banco, equipe, legal, renda, política, preencher, bom*

\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.

- Palavras que criam uma sensação subconsciente de medo parecem se correlacionar com menores taxas de conversão. Caso esse tipo de linguagem componha mais de 0,25% de seu texto, você pode enfrentar uma queda de até 15% nas suas taxas de conversão.

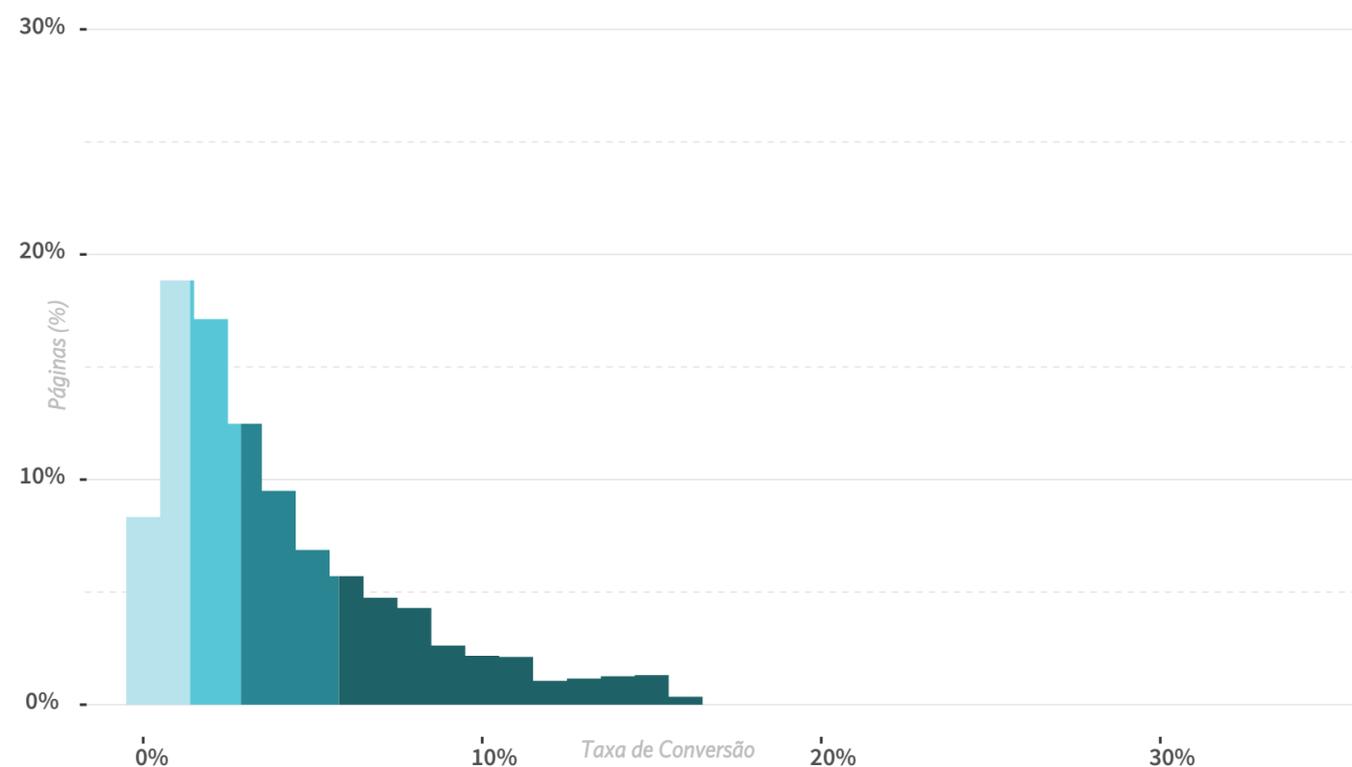


**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM MEDO EM CRÉDITO E EMPRÉSTIMO \***

*hipoteca, advogado, adiantamento, insolvência, falência, mudança, linhas, oficial de justiça, dinheiro, ruim, tribunal, difícil, governo, caso, classificação, evitar, risco, médico, problema, prevenir*

—  
**SAÚDE**

# SAÚDE



## Como os Profissionais de Marketing se comparam?

- Esta indústria tem algumas das menores taxas de conversão dentre todas que observamos.
- Caso consiga uma taxa de conversão acima de 5%, você deve pedir um aumento.
- **45,0%** dos profissionais do marketing nesta indústria tem, pelo menos, uma página que converte no mínimo 1,4% (no 25º percentil).
- No último trimestre, profissionais de marketing deste ramo viram uma média de **1.122** [conversões perdidas](#).
- Nós observamos **206,7** conversões, em média, por profissional do marketing nesta indústria, no último trimestre.

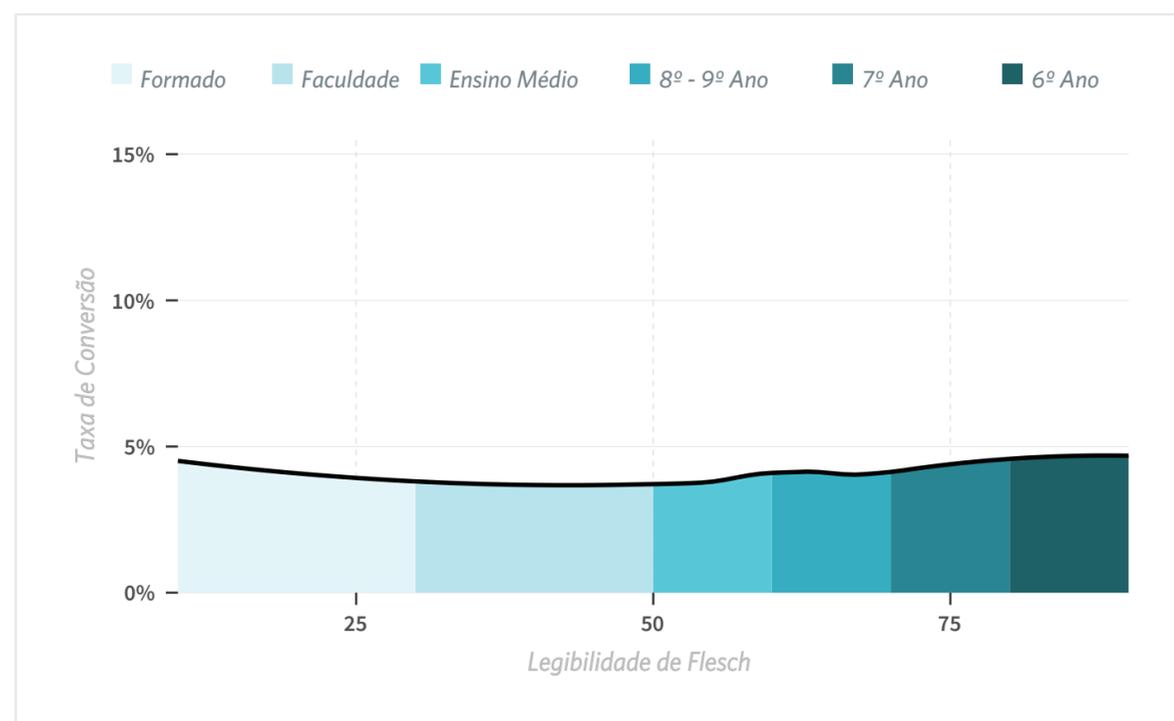


Se sua página sobre Saúde tem uma taxa de conversão acima de 9,3%, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.

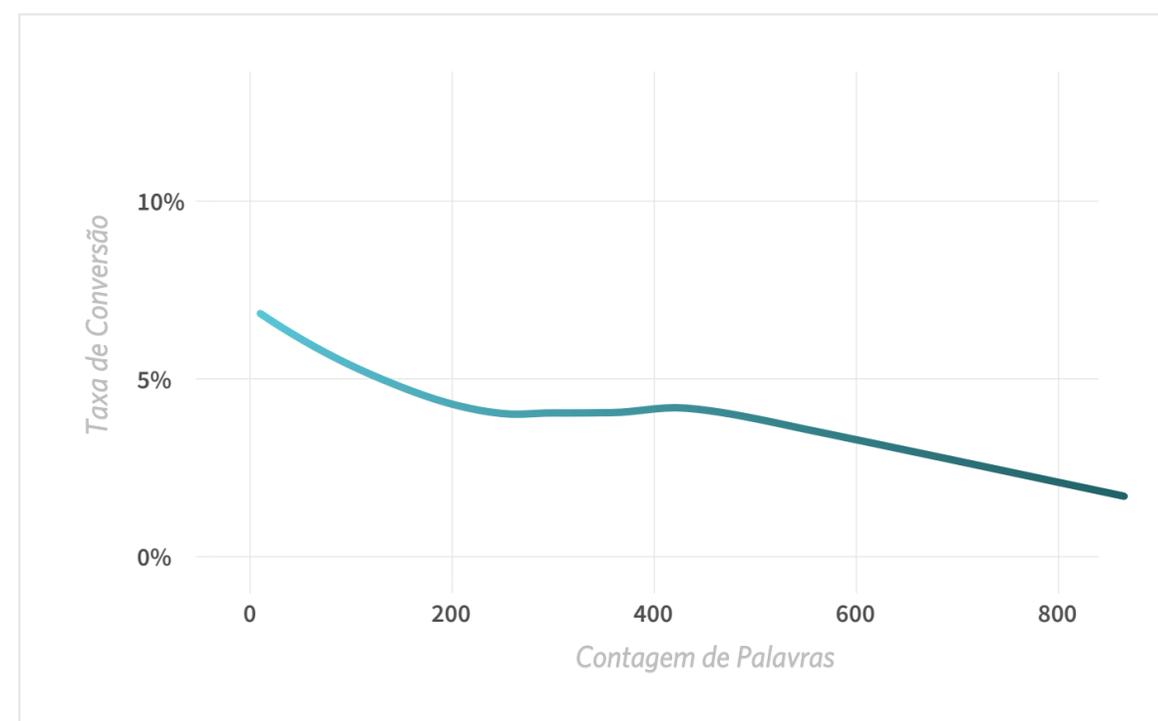
Se sua landing page sobre Saúde tem uma taxa de conversão acima de **9,3%**, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.

 TWEET ESTA CITAÇÃO

## Recomendações da Unbounce

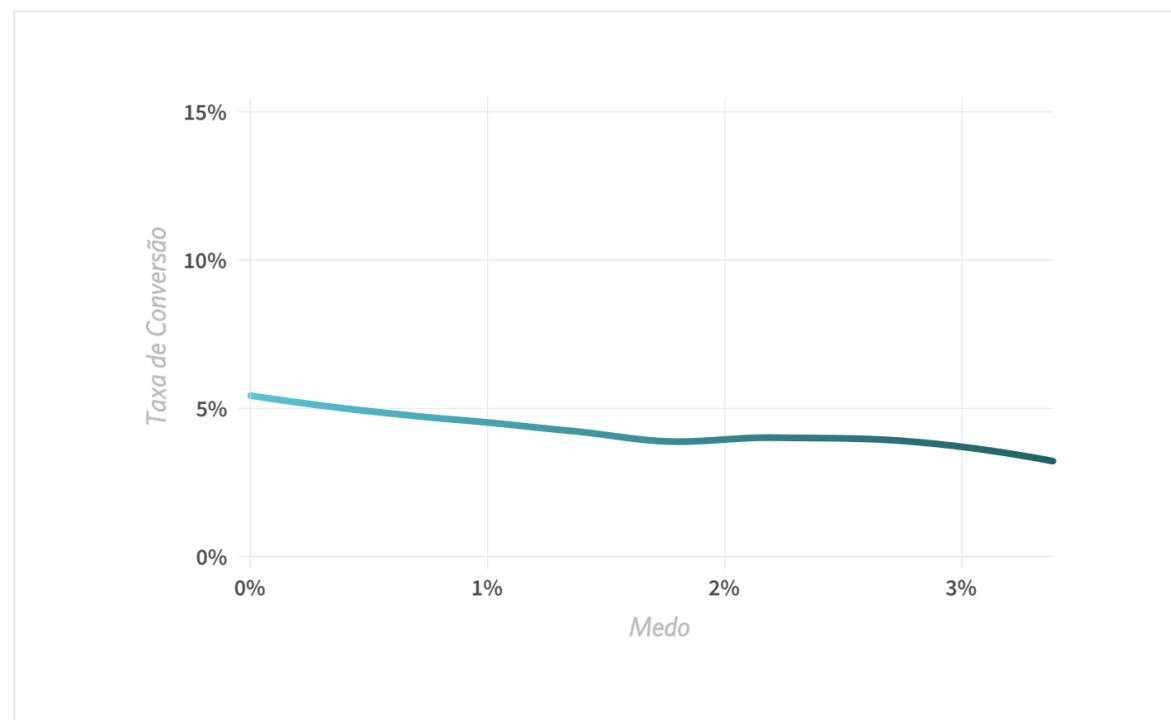


- Não se preocupe em tornar sua linguagem complexa demais. Não observamos uma grande [correlação](#) entre a indústria da Saúde e o nível de leitura.



- Seja o mais conciso possível. Nós observamos uma tendência negativa consistente nas taxas de conversão em páginas mais longas. Em média, páginas com 750 palavras converteram 30% menos visitantes do que páginas com 500 palavras.

*Ser conciso, mas ainda persuasivo é complicado - mas estes especialistas em [copywriting tem fórmulas](#) que podem ajudar.*



- Para cada ponto percentual adicional de texto que utilizou linguagem que evoca sentimentos de medo, nós vimos que as taxas de conversão eram 10% menores.

#### **PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM MEDO EM SAÚDE \***

*dor, perda, doença, lesão, audição, peso, tratar, pior, cirurgia, odontologia, confiança, emergência, médico, hospitalar, evitar, problema, câncer, procedimento, diagnóstico, mudança*

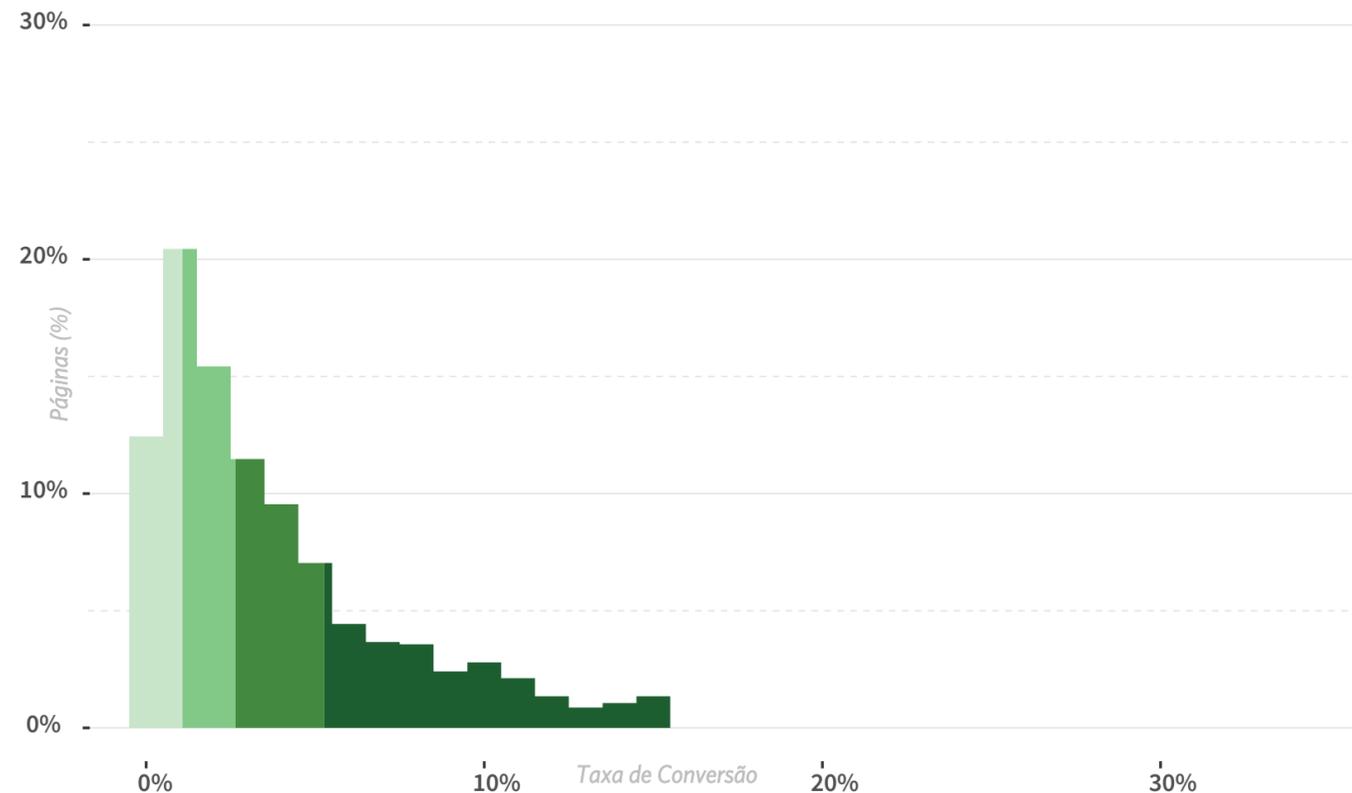
*\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.*



*Precisa aumentar as inscrições de membros para uma academia ou outra empresa de saúde? Ou quer saber como aumentar a abrangência digital de seus produtos de saúde? Confira os [templates de landing page de Saúde da Unbounce](#) (responsivo para celular).*

—  
**EDUCAÇÃO  
SUPERIOR**

# EDUCAÇÃO SUPERIOR



## Como os Profissionais de Marketing se comparam?

- Esta indústria tem algumas das menores taxas de conversão dentre todas que observamos.
- Caso você consiga taxas de conversão por volta de **5%**, você está indo muito bem.
- **42,1%** dos profissionais de marketing deste ramo tem, ao menos, uma página que converte no mínimo 1,1% (no 25º percentil).
- No último trimestre, profissionais de marketing nesta indústria viram uma média de **1.734** [conversões perdidas](#).
- Observamos uma média de **282** conversões por profissional de marketing neste ramo, no último trimestre.

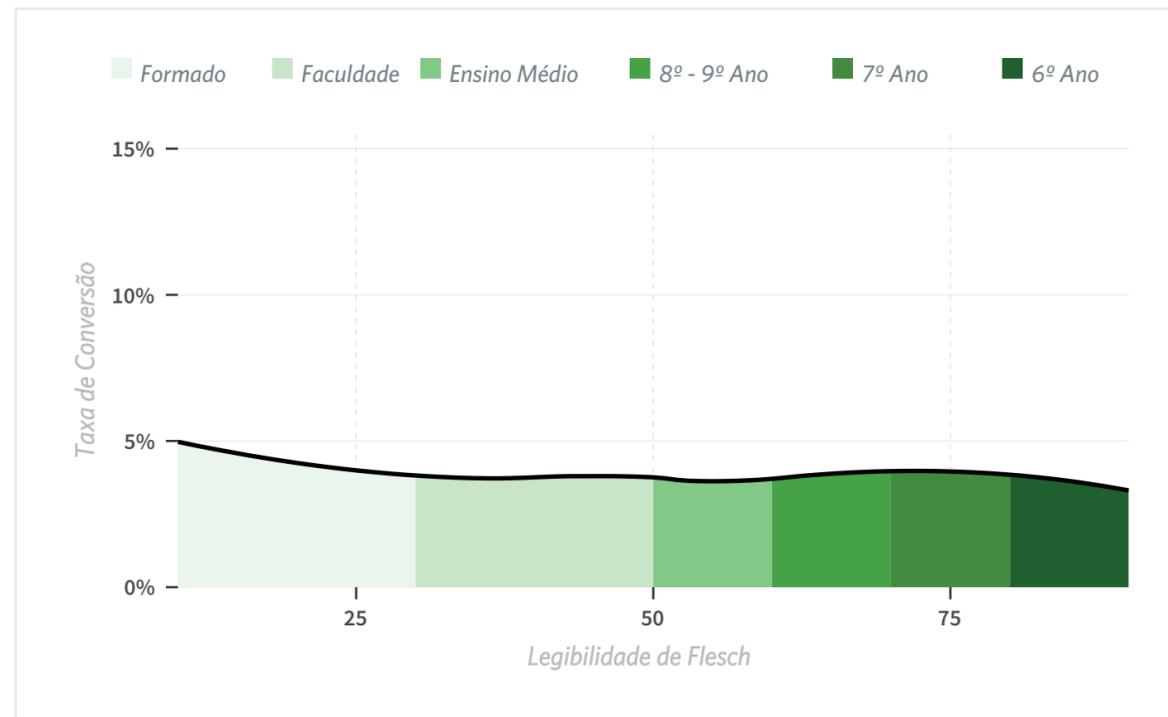
PERCENTIL	25%	50%	75%	90%
TAXA DE CONVERSÃO	1,1%	2,6%	5,3%	9,3%

Se sua landing page de Educação Superior tem uma taxa de conversão acima de 9,3%, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.

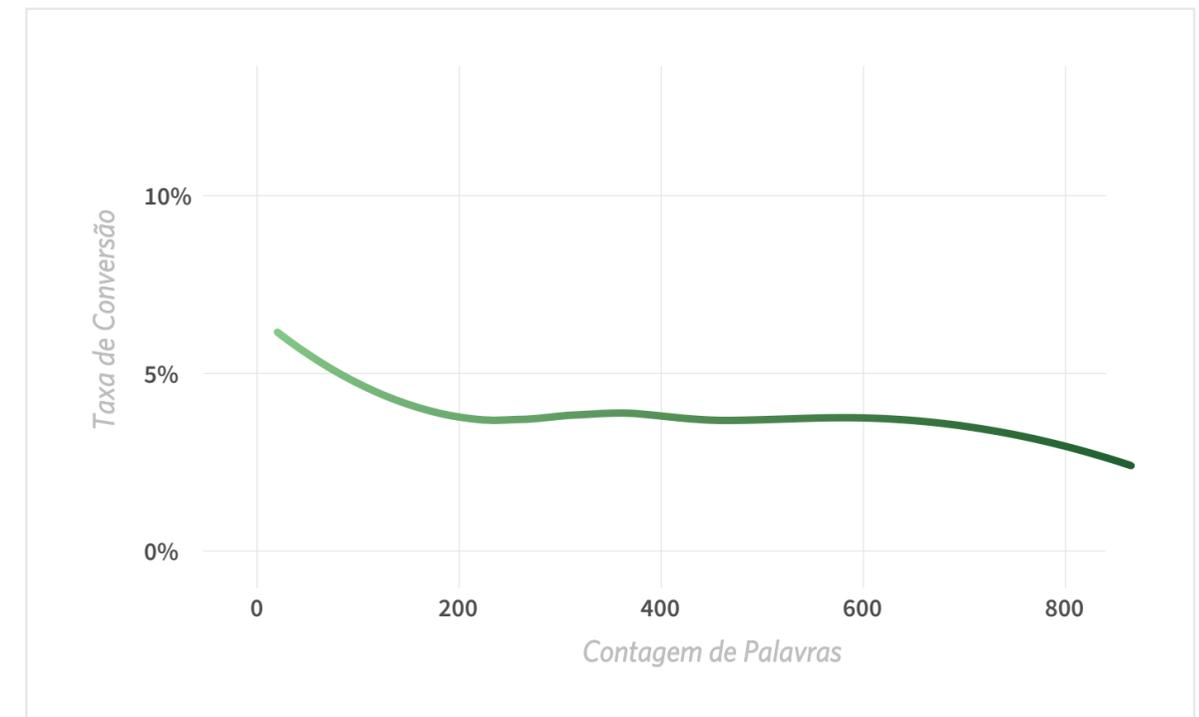
**Se sua landing page de Educação Superior tem uma taxa de conversão acima de **9,3%**, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.**

 [TWEET ESTA CITAÇÃO](#)

## Recomendações da Unbounce



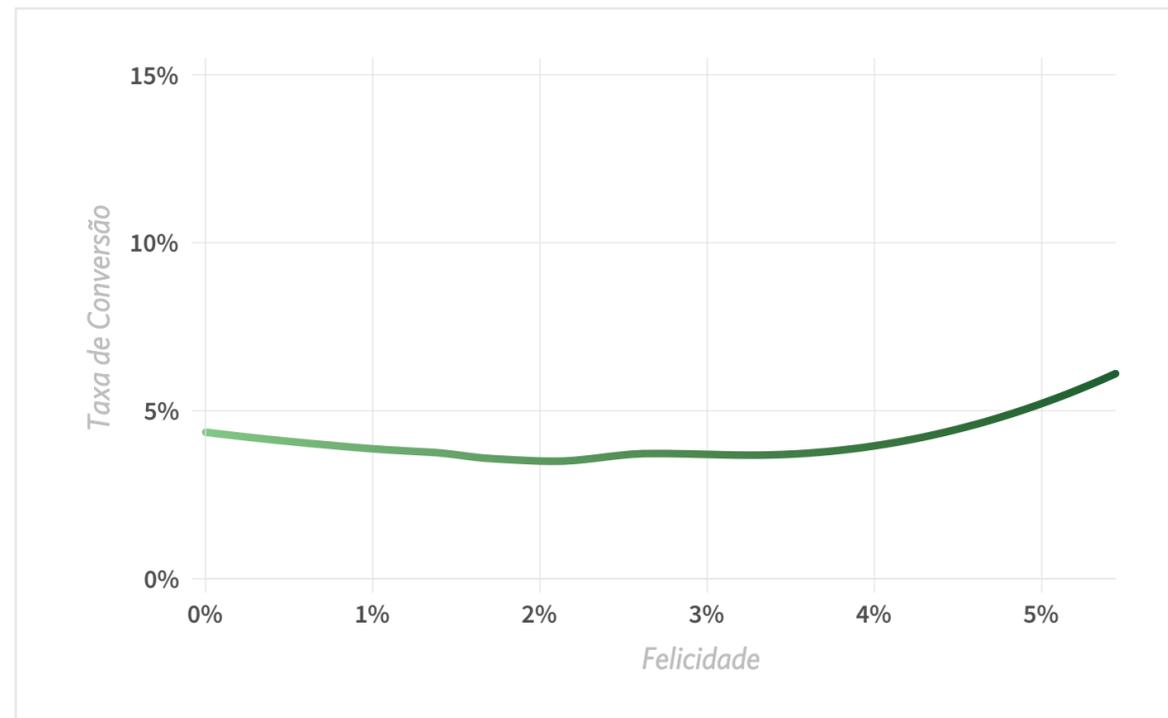
- Educação Superior é uma das poucas atividades na qual se focar em níveis de leitura de faculdade tem taxas de conversão similares a de níveis de leitura de 7º Ano. Ao fim do dia, não se preocupe muito com os níveis de leitura - caso esteja comunicando conceitos complexos para uma audiência instruída, você pode utilizar palavras complexas.



- Em média, páginas que utilizam 125 palavras ou menos têm uma taxa de conversão 15% maior. No entanto, nós vimos pouca diferença entre páginas de 250 a 750 palavras. Isto corresponde ao que vimos com níveis de leitura — caso esteja comunicando conceitos complexos, não há problemas em utilizar um texto maior.



Precisa aumentar o registro de estudantes em seu programa, curso ou workshop? Confira as [templates de landing page de Educação da Unbounce \(mobile responsive\)](#).



- Utilizar 5% ou mais de seu texto para criar um sentimento de felicidade em sua audiência pode ajudar suas taxas de conversão.

#### **PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM FELICIDADE EM EDUCAÇÃO SUPERIOR\***

*ganhar, bem sucedido, melhorar, recursos, ministério, avançar, fornecer, aproveitar, bolsa, graduação, compartilhar, ter sucesso, sucesso, excelência, bem, fé, conclusão, arte, alcançar, jornada*

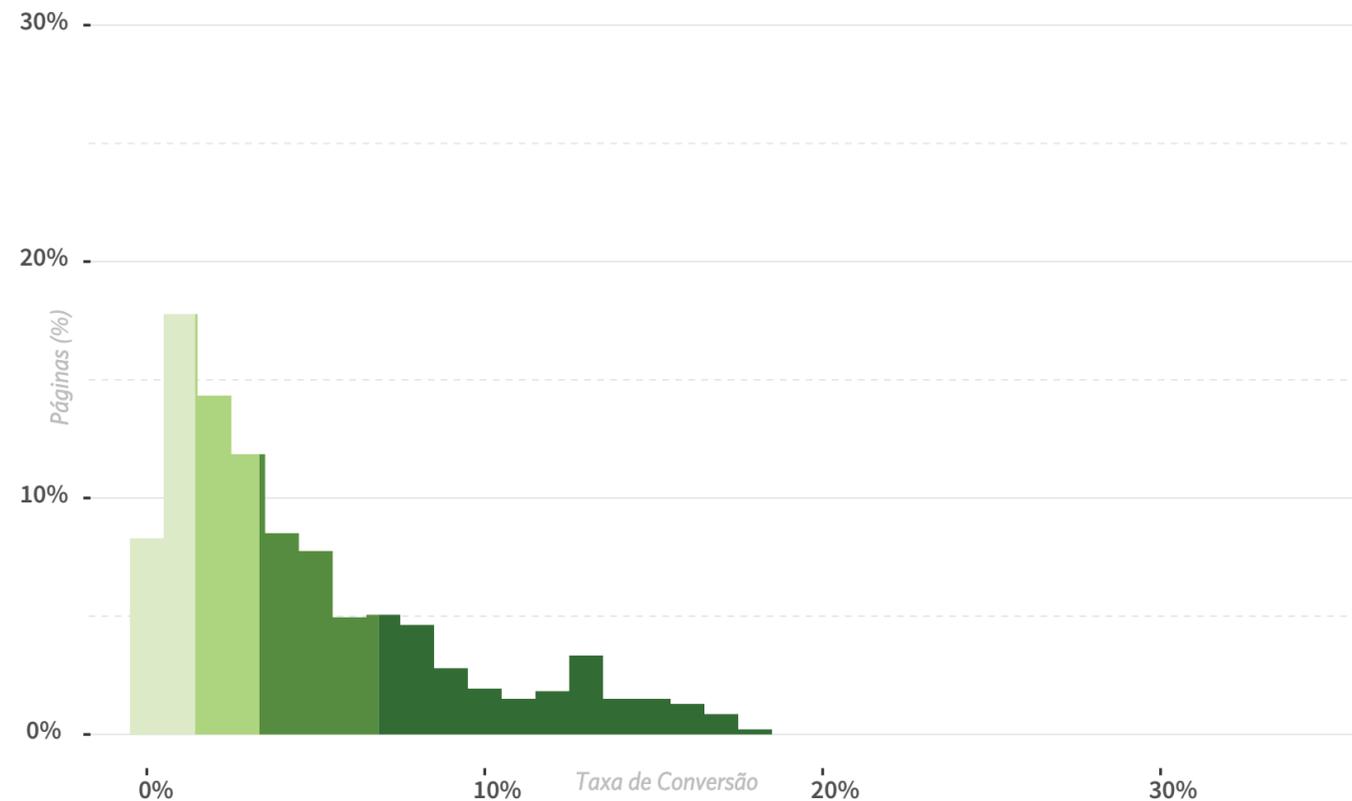
*\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.*

*Emoções são, geralmente, discutidas dentro do contexto da otimização de uma landing page, mas o fato que mantém: nossas emoções tem impacto sobre nossas decisões e os produtos que compramos. [Estas postagens](#) irão conduzi-lo através de uma estrutura para ajudá-lo a garantir que esteja atendendo às necessidades emocionais dos visitantes da landing page.*



—  
**MELHORIAS  
DOMICILIARES**

# MELHORIAS DOMICILIARES



## Como os Profissionais de Marketing se comparam?

- Caso consiga chegar a uma taxa de conversão de **7%**, você é um dos melhores da área. Se conseguir chegar a **9%**, você está no pico do desempenho.
- **45,1%** dos profissionais do marketing neste ramo tem, pelo menos, uma página que converte no mínimo 1,4% (no 25º percentil).
- No último trimestre, profissionais de marketing desta indústria viram uma média de **959** [conversões perdidas](#).
- Nós observamos uma média de **184,7** conversões por profissional do marketing neste ramo, no último trimestre.

PERCENTIL	25%	50%	75%	90%
TAXA DE CONVERSÃO	1,4%	3,3%	6,9%	11,7%

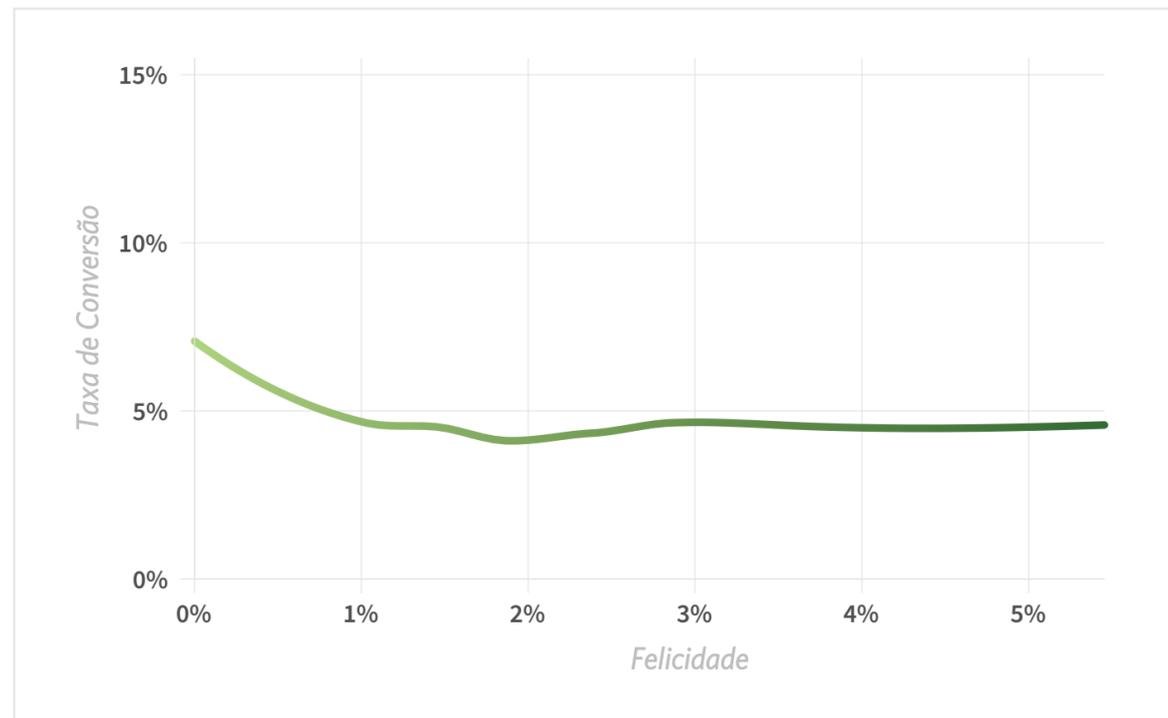
Se sua página sobre Melhorias Domiciliares tem uma taxa de conversão acima de 11,7%, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.

**Se sua página sobre Melhorias Domiciliares tem uma taxa de conversão acima de **11,7%**, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.**



[TWEET ESTA CITAÇÃO](#)

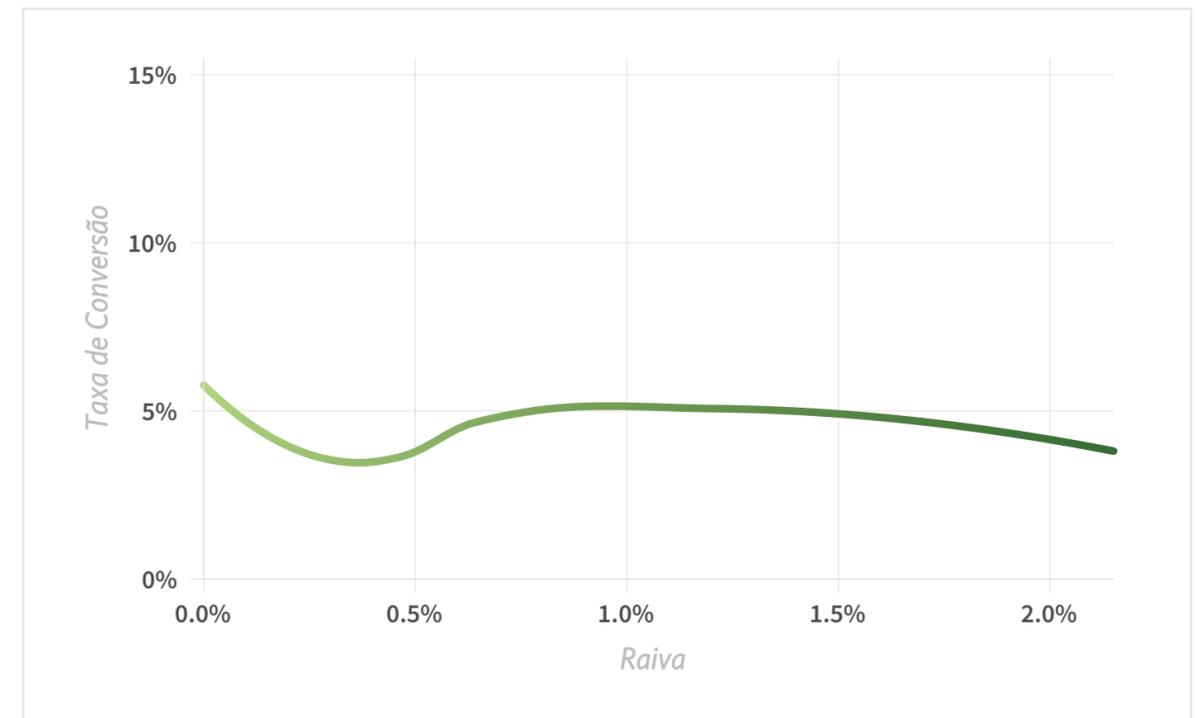
## Recomendações da Unbounce



- Nós vimos uma tendência levemente negativa ao se utilizar palavras que transmitam felicidade. As páginas com melhores taxas de conversão tendem a ter menos de 1% de seu texto comunicando conceitos felizes.

### **PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM FELICIDADE EM MELHORIAS DOMICILIARES \***

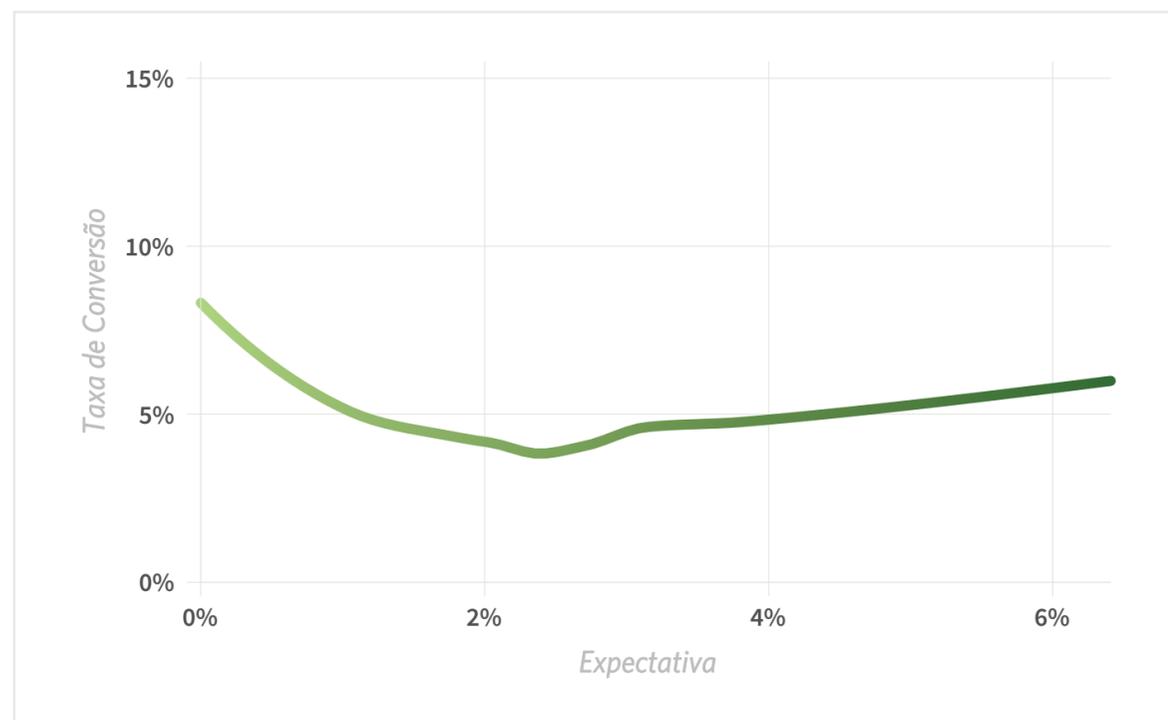
*Salvar, amigável, limpo, fornecer, elétrico, sol, perfeito, satisfeito, dinheiro, pagar, especial, seguro, feliz, bom, mais alto, negócio, conforto, excelente, orgulhoso, beleza*



- Fique longe de quaisquer palavras raivosas em sua linguagem. Seus clientes podem já estar incomodados por algo quebrado em suas casas.

### **PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM RAIVA EM MELHORIAS DOMICILIARES \***

*Dinheiro, tempestade, taxa, honesto, fonalha, classificação, ventilação, barra, quente, bateria, cinto, desagradável, limitado, dinheiro, resistência, poderoso, danificado, quebrado, tarifa, prejudicial*

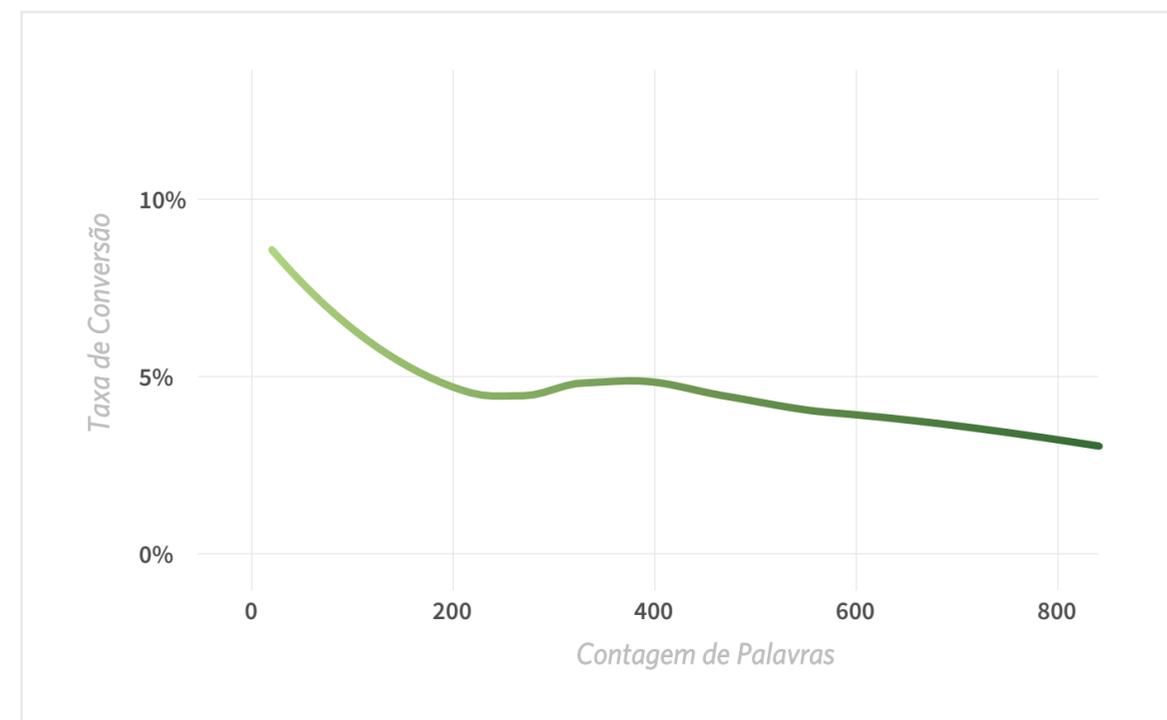


- Não utilize palavras que instigam um sentimento de expectativa ou pressão — Páginas incorporando até mesmo apenas 2% de linguagem antecipatória observaram metade das conversões daquelas com 0%.

**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM EXPECTATIVA EM MELHORIAS DOMICILIARES \***

*Tempo, dinheiro, citar, instalar, eficiente, feliz, conforto, amigável, começar, sol, longo, pagar, topo, bom, pronto, perfeito, mais alto, orgulhoso, fornecer, negociar*

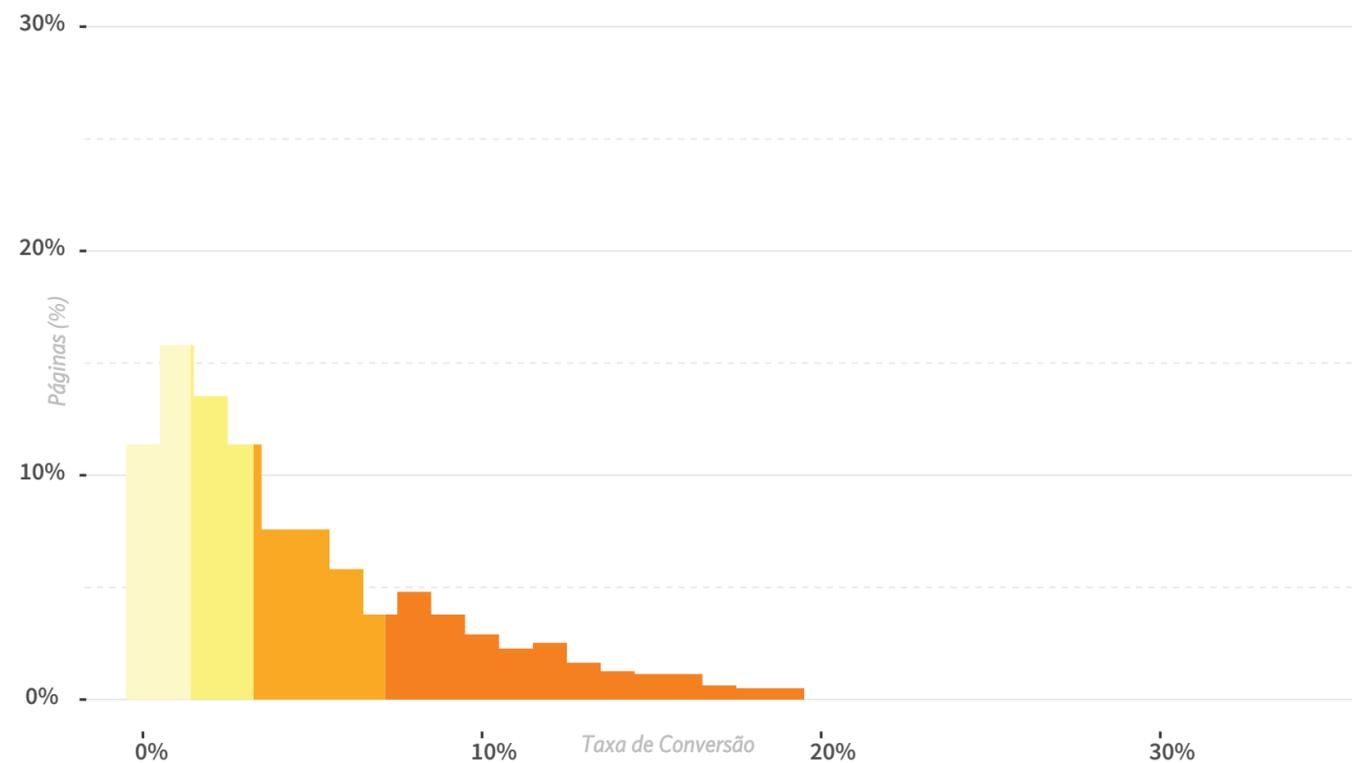
\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.



- Seja o mais conciso possível. Em média, páginas com 100 palavras convertem 30% melhor que páginas com 250 palavras.

**JURÍDICO**

# JURÍDICO



## Como os Profissionais de Marketing se comparam?

- Caso consiga uma taxa de conversão de 7% você está indo bem. Se conseguir chegar a 11%, você está no pico do desempenho.
- **39,7%** dos profissionais do marketing neste ramo tem, pelo menos, uma página que converte no mínimo 1,4% (no 25º percentil).
- No último trimestre, profissionais de marketing desta indústria viram uma média de **668 conversões perdidas**.
- Nós observamos **70,3** conversões, em média, por profissional do marketing neste ramo, no último trimestre.

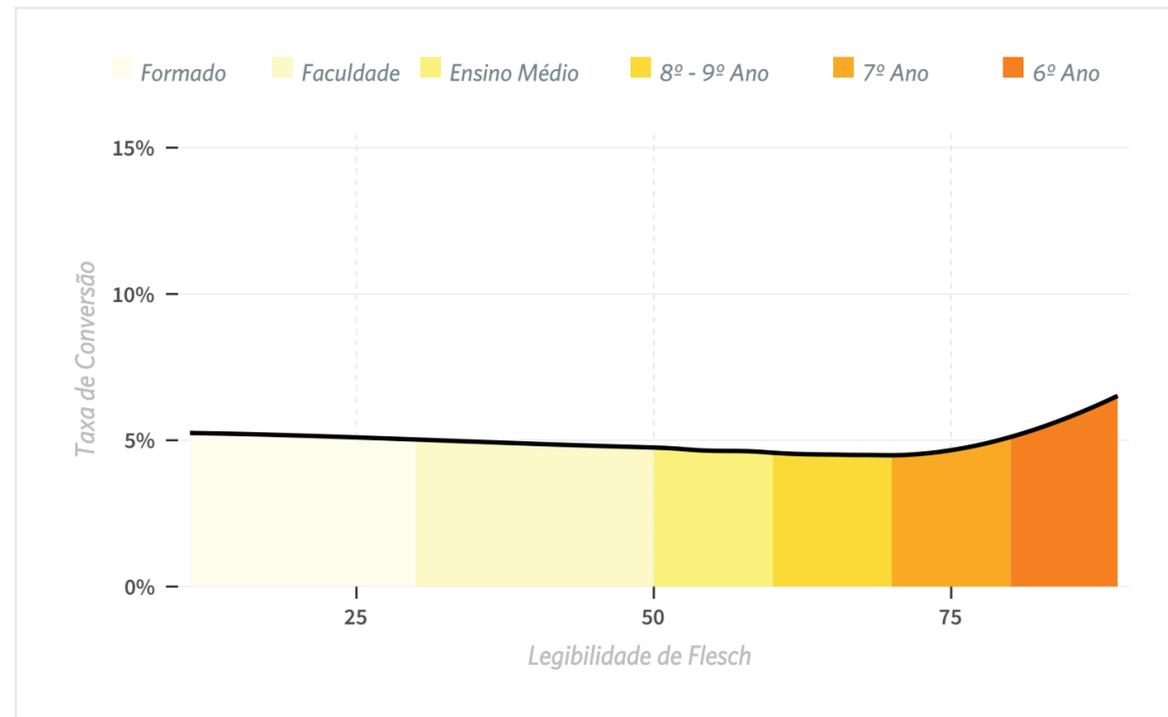
PERCENTIL	25%	50%	75%	90%
TAXA DE CONVERSÃO	1,4%	3,3%	7,1%	11,2%

Se sua página Jurídica tem uma taxa de conversão acima de 11,2%, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.

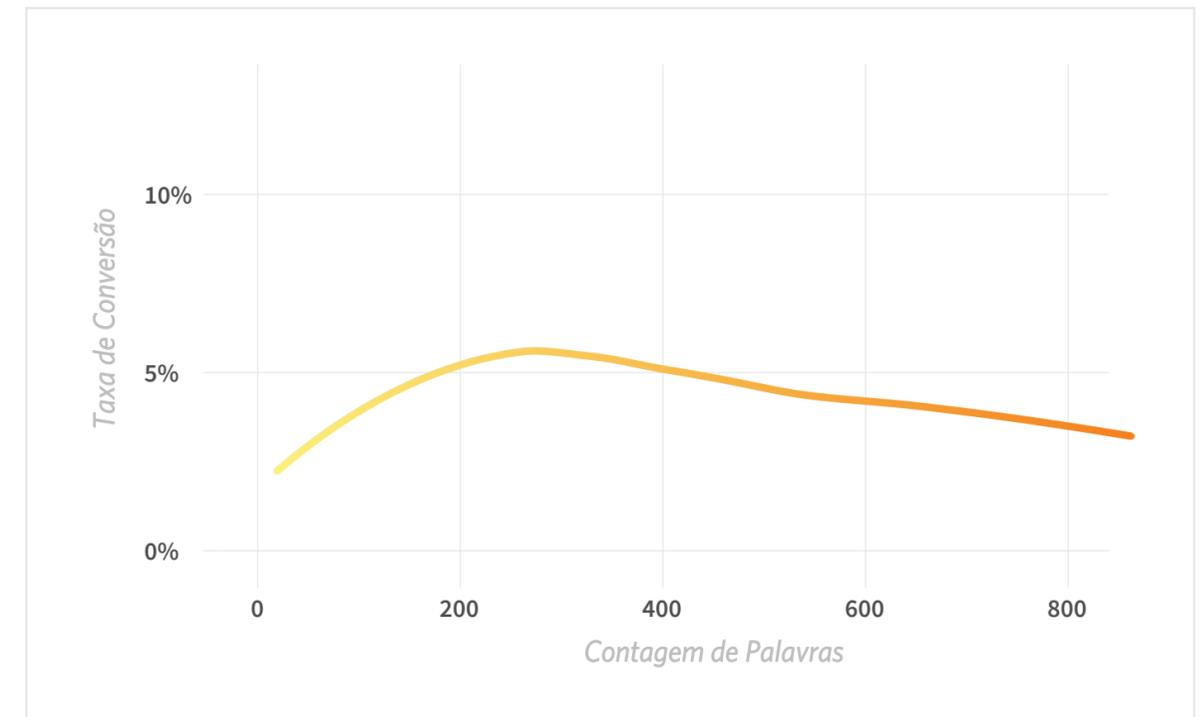
Se sua página Jurídica tem uma taxa de conversão acima de **11,2%**, você está à frente de **90%** das páginas de seus competidores.

 TWEET ESTA CITAÇÃO

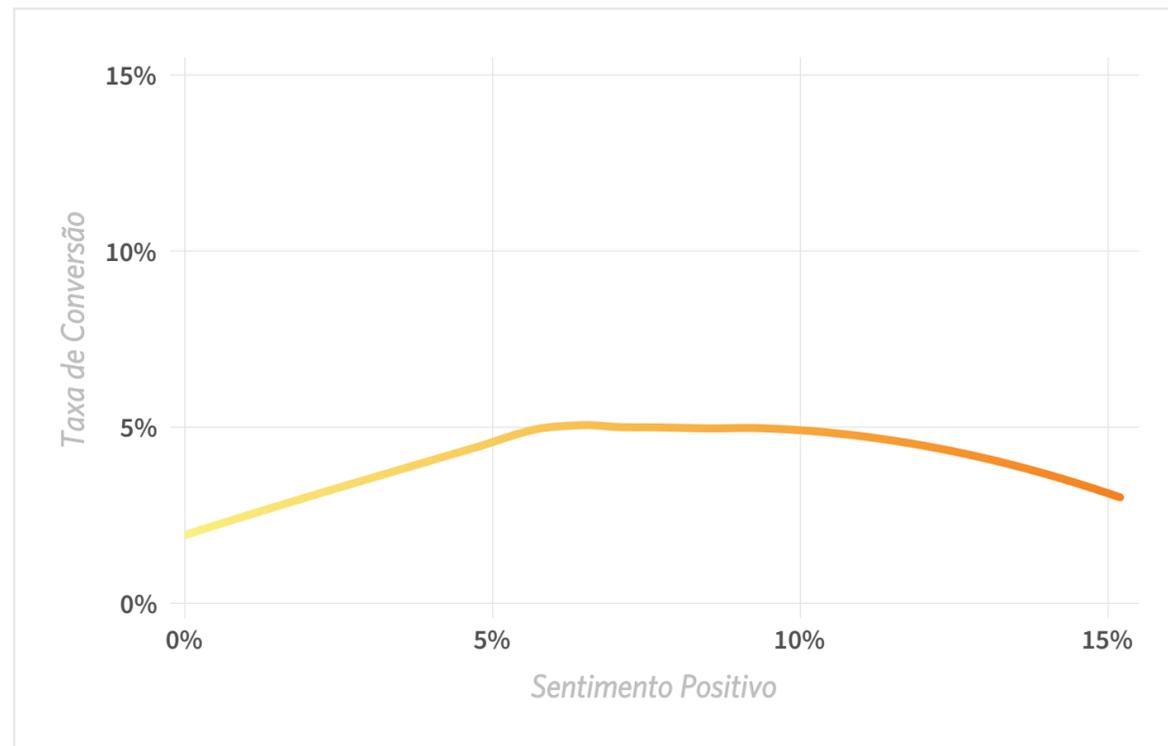
## Recomendações da Unbounce



- Neste ramo, a complexidade da linguagem não parece ter correlação com as taxas de conversão. Resumindo: Não se preocupe, caso tenha que usar uma linguagem mais complicada para explicar sua oferta.



- O ramo Jurídico foi o único no qual observamos uma leve tendência de aumento com a contagem de palavras, sendo que 250 palavras parece ser a quantidade perfeita.

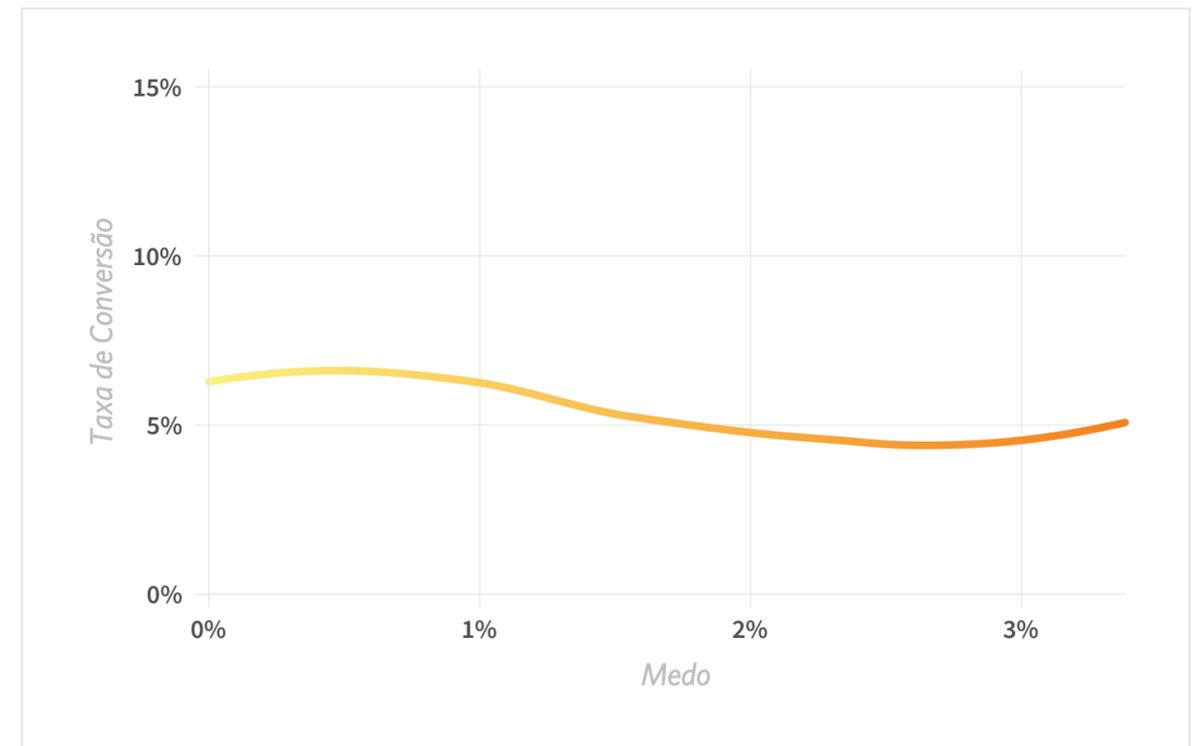


- Utilizar de 5% a 10% de seu texto para comunicar uma visão positiva pode ajudar um pouco suas taxas de conversão. No entanto, não exagere — um excesso de linguagem positiva pode diminuir sua credibilidade.

**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM SENTIMENTO POSITIVO NO RAMO JURÍDICO \***

*legal, experiente, remunerado, especialista, defesa, merecer, justiça, informação, fornecer, criança, pretendido, médico, inclusive, criar, importante, contatar, atuar, proteger, praticar*

\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.



- Até 1% de seu texto pode ser associado com sentimentos de medo sem prejudicar sua taxa de conversão. Além disso, nós observamos páginas com uma diminuição de até 15% nas taxas de conversão.

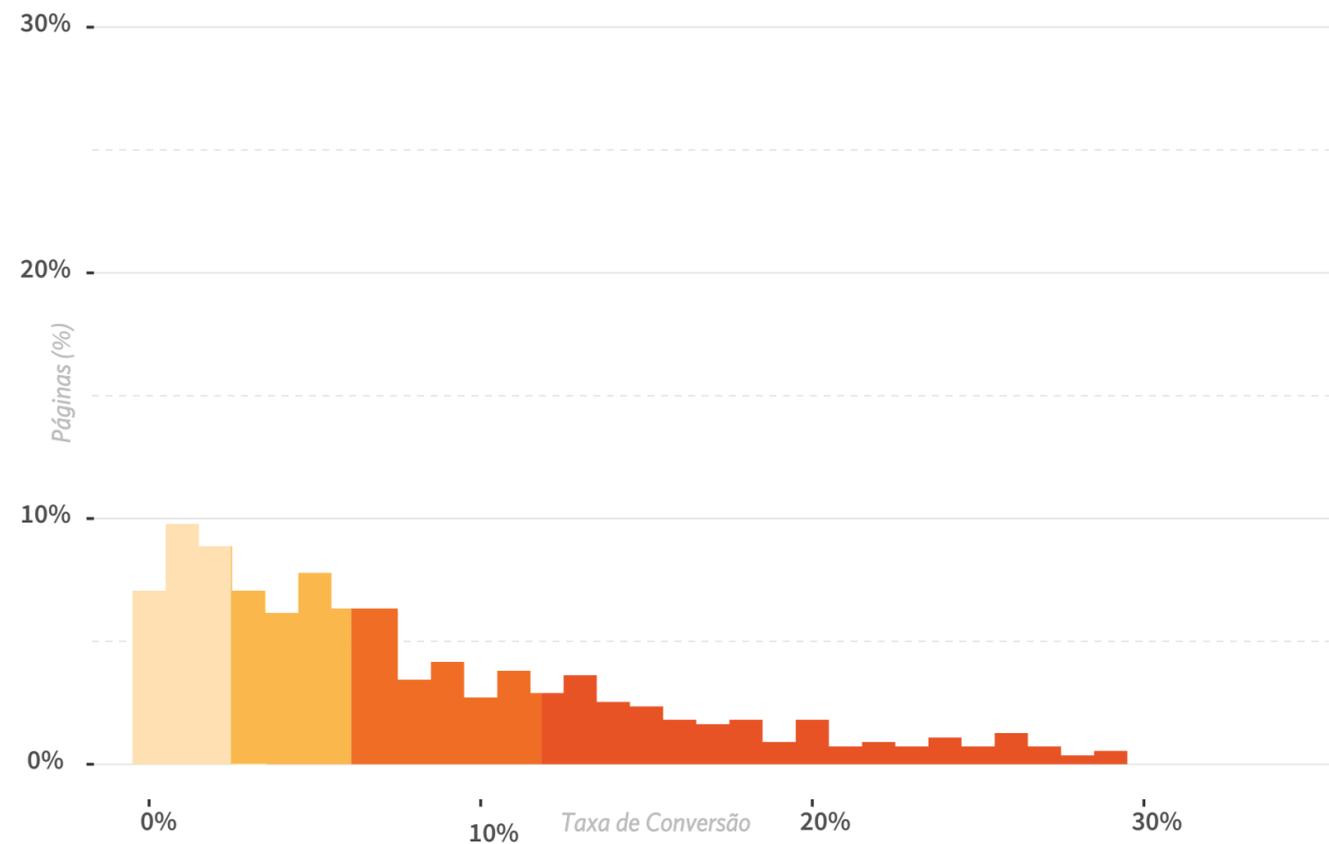
**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM MEDO NO RAMO JURÍDICO\***

*caso, advogado, criminal, perda, divórcio, luta, processo, lesão, feridos, morte, sofrimento, acidente, tribunal, risco, polícia, médico, defesa, dor, agressivo*

Quando você evoca propositalmente sentimentos de medo em seu texto, você corre riscos. [Nesta postagem](#) irá ajudá-lo a lidar com as emoções no texto de sua landing page sem assustar seus prospectos.

—  
**ESTUDOS VOCACIONAIS E  
FORMAÇÃO PROFISSIONAL**

# ESTUDOS VOCACIONAIS E FORMAÇÃO PROFISSIONAL



## Como os Profissionais de Marketing se comparam?

Estudos Vocacionais e Formação Profissional foi o ramo de maior performance estudado por nós.

- **47,9%** dos profissionais do marketing neste ramo tem, pelo menos, uma página que converte no mínimo 2,5% (no 25º percentil).
- No último trimestre, profissionais de marketing desta indústria viram uma média de **1.800** [conversões perdidas](#).
- Nós observamos **484,4** conversões, em média, por profissional do marketing neste ramo, no último trimestre.

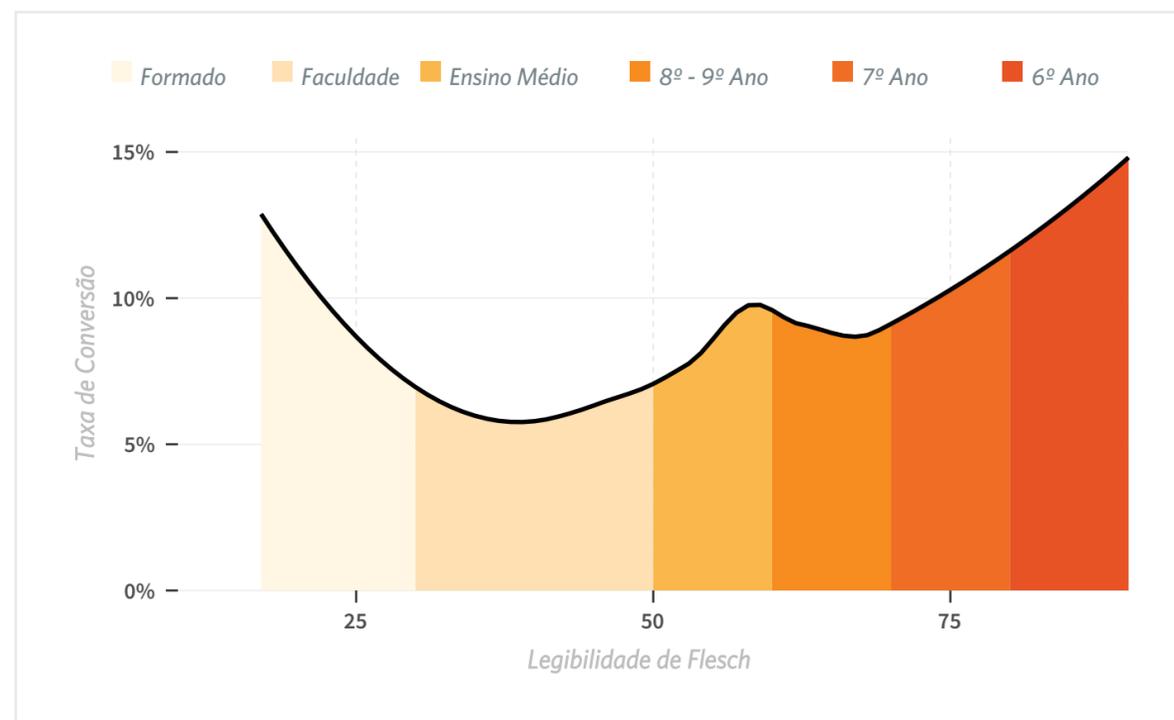


Se sua página de Estudos Vocacionais e Formação Profissional tem uma taxa de conversão acima de 18,4%, você está à frente de 90% das páginas de seus competidores.

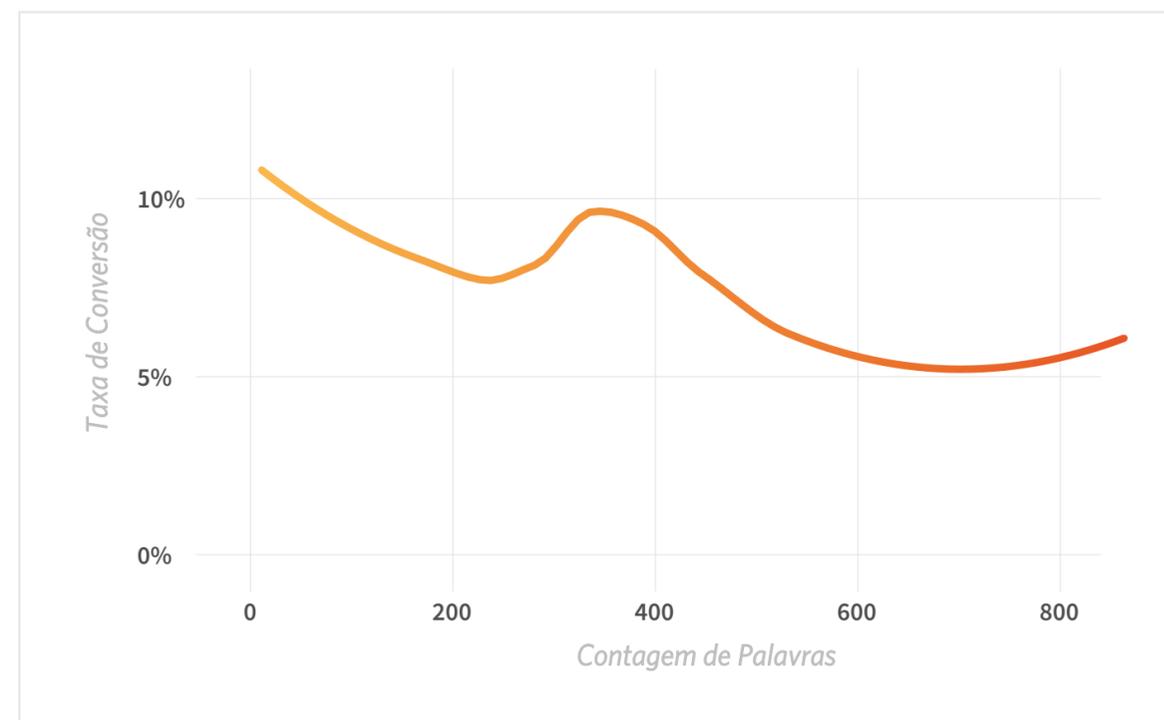
Se sua página de Estudos Vocacionais e Formação Profissional tem uma taxa de conversão acima de **18,4%**, você está à frente de **90%** das páginas de seus competidores.

 TWEET ESTA CITAÇÃO

## Recomendações da Unbounce



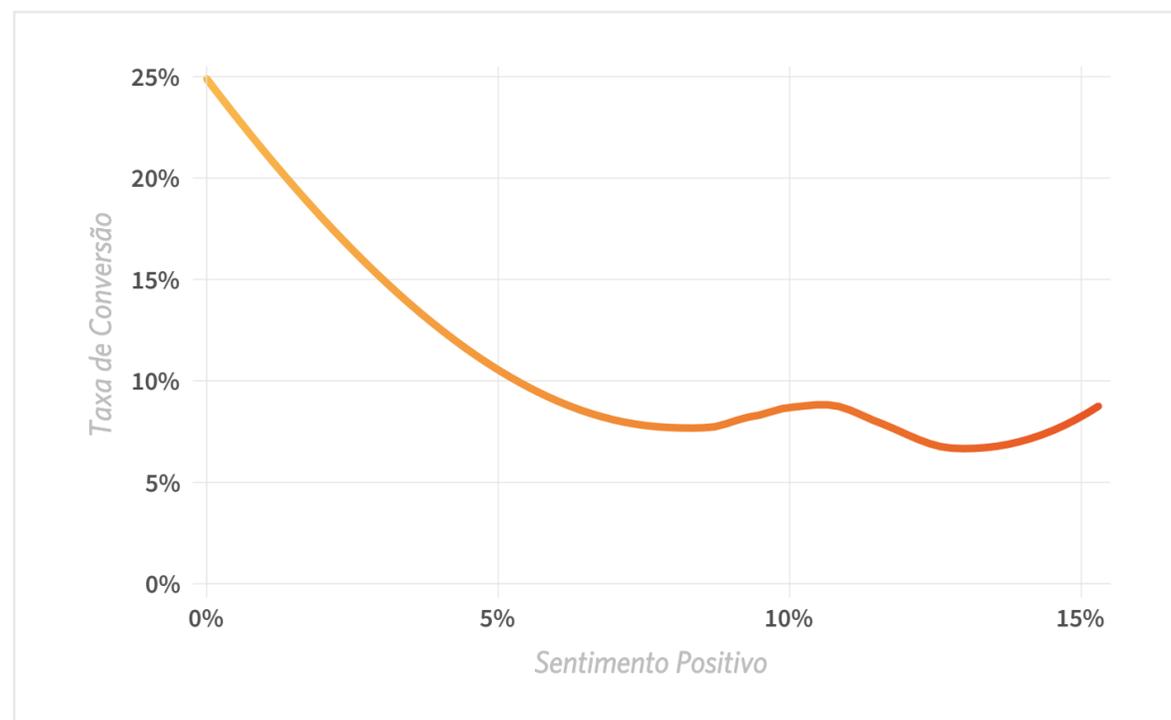
- Mantenha o texto o mais simples e acessível possível, a não ser que esteja anunciando algo técnico ou complexo, neste caso você não deve deixar detalhes de lado. Nossos dados mostraram que páginas com um nível de linguagem equivalente a ensino superior ou mais alto funcionam bem.



- Parece que a quantidade perfeita de palavras para uma boa taxa de conversão está entre 300 e 400 palavras.



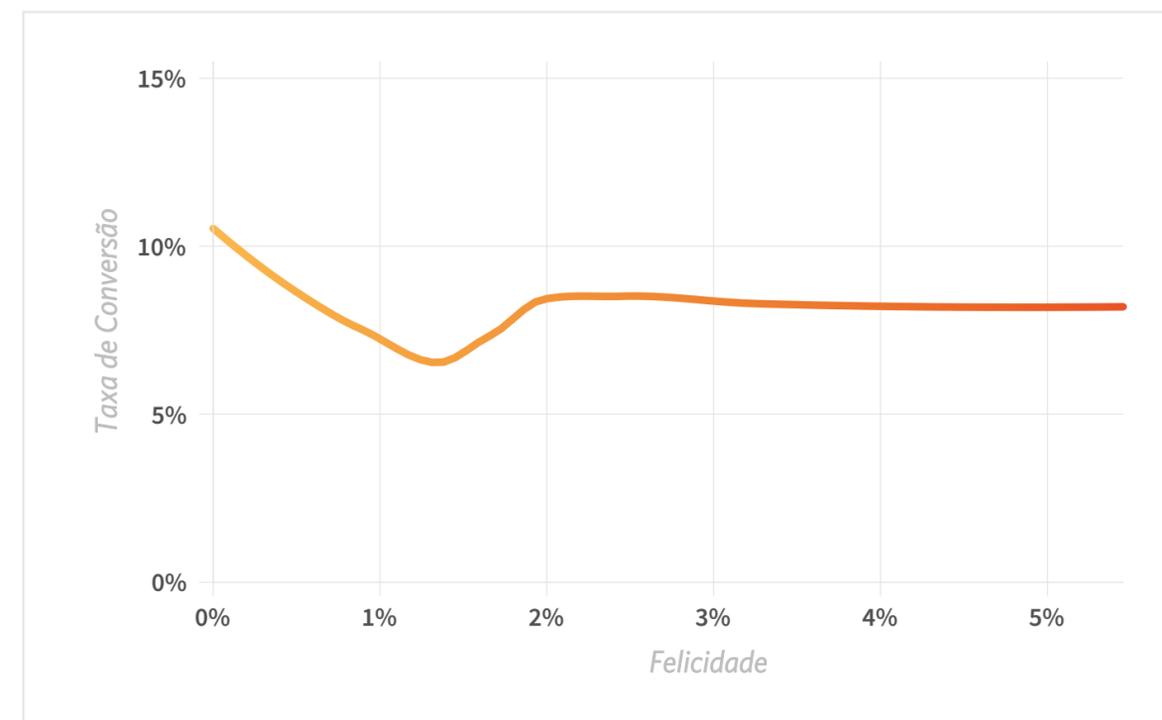
Um texto claro e conciso ajudará a transmitir credibilidade, assim como um bom design. Confira os [templates de landing page para Educação](#) da Unbounce para ajudar a aumentar as inscrições.



- Evite utilizar muitas palavras com conotações positivas. Nossos dados mostraram que páginas utilizando 5% de texto para comunicar sentimentos positivos convertiam a metade de páginas com um texto neutro.

**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM SENTIMENTOS POSITIVOS EM ESTUDOS VOCACIONAIS E FORMAÇÃO PROFISSIONAL \***

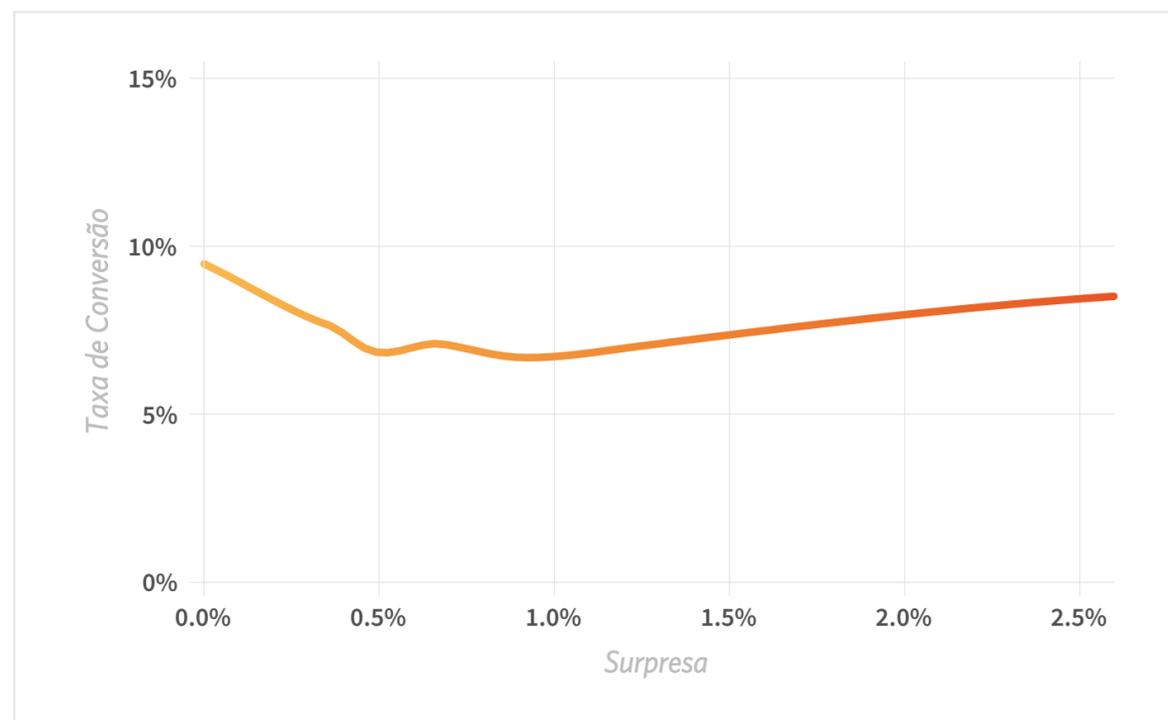
*carreira, informação, aprender, trabalho, médico, fornecer, tecnologia, trabalhando, profissional, aprendizagem, ajuda, academia, contato, real, conhecimento, grau, incluindo, credenciado, ganhar, preparar*



- Nós vimos as melhores taxas gerais de conversão em páginas que utilizaram uma porcentagem pequena de palavras para expressar felicidade — nós observamos que páginas que incorporaram 1,5% de palavras relacionadas à felicidade tinham menores taxas de conversão (em até 40%).

**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM FELICIDADE EM ESTUDOS VOCACIONAIS E FORMAÇÃO PROFISSIONAL \***

*fornecer, ganhar, graduação, massagem, sucesso, beleza, spa, sucesso, salário, completar, confiança, conclusão, excitante, perfeito, bom, aproveitar, arte, renda, amor, paixão*



- Da mesma maneira, páginas que utilizaram até mesmo 0,5% de texto para gerar sentimentos de surpresa viram taxas de conversão até 40% menores.

**PALAVRAS COMUMENTE ASSOCIADAS COM SURPRESA EM ESTUDOS VOCACIONAIS E FORMAÇÃO PROFISSIONAL\***

*fornecer, ganhar, graduação, massagem, sucesso, beleza, spa, sucesso, salário, completar, confiança, conclusão, excitante, perfeito, bom, aproveitar, arte, renda, amor, paixão*

\* Esta lista foi gerada pelo algoritmo. Utilize seu bom senso.

—  
**Ô QUE DEVO FAZER  
EM SEGUIDA?**

SE FOR PARA SE LEMBRAR DE APENAS UMA COISA DO RELATÓRIO DE BENCHMARK DE CONVERSÃO DA UNBOUNCE, QUE SEJA ISSO:

—  
**Sua empresa é única. Seu marketing é único. Sua landing page é única (esperamos). O que funciona em um ramo de atividade pode não funcionar em outro.**

Comparar taxas de conversão médias entre indústrias é uma perda de tempo. Os dados neste relatório são, provavelmente, mais úteis para seus esforços de otimização quando comparados aos conselhos genéricos encontrados em postagens de blogs ou estudos de casos que não são focados em seu ramo.

Utilize o conhecimento neste relatório de benchmark para otimizar seu tempo e gastos em marketing para:

Duplicar o tráfego que você está dirigindo para as páginas que estão indo muito bem.

Focar nas páginas que têm o maior potencial para aumentar conversões.

Agora que você aprendeu uma coisa ou duas sobre sua indústria e sobre como funciona sua audiência, a bola está em jogo.

### **Crie landing pages de alta conversão hoje mesmo.**

Utilize as ideias neste relatório como um ponto de partida para testar hipóteses (testes A/B). Sua página converterá se focar em um nível menor de leitura? Reveja sua contagem de palavras e corte trechos que não contribuam para seu objetivo de conversão. Altere o texto para criar emoções diferentes nos seus visitantes. E, então, faça com que suas páginas sejam testadas por usuários para se livrar de pré-conceitos e suposições.

Use um template de landing page ou comece do zero, agora você tem uma fundação sólida sobre o que funciona em sua indústria. **Use a Unbounce** e crie sua primeira página (de alta conversão) em minutos. Deixe sua concorrência no chinelo.



*Desde 2009, a Unbounce tem ajudado profissionais do marketing e agências digitais a aumentar as conversões de websites e campanhas. A plataforma de landing pages e marketing de conversão da Unbounce permite que profissionais de marketing criem rapidamente, publiquem e testem landing pages e overlays para websites, sem a necessidade de desenvolvedores. Com um suporte para clientes 24 horas, hospedagem global e 99,95% de uptime dos servidores a Unbounce já ajudou a gerar mais de 275 milhões de conversões para profissionais do marketing ao redor do mundo.*

**SAIBA MAIS SOBRE A UNBOUNCE**

---

# METODOLOGIA

Criamos o Relatório de Benchmark de Conversão analisando o comportamento de 74.551.441 visitantes em 64.289 landing pages de geração de leads criadas por nossos clientes na Unbounce.

Aqui está exatamente o que fizemos:

- 1. Reduzimos o conjunto de dados da página do nosso cliente** para incluir apenas landing pages de geração de leads em LÍNGUA INGLESA que atendessem a um requisito mínimo de tráfego de 10 visitas à página no quarto trimestre de 2016.
- 2. Encontramos uma maneira de categorizar todas as páginas de clientes baseadas em seu ramo de atividade, ou seja, por indústria de atuação.** Escolhemos uma abordagem chamada Latent Dirichlet Allocation (LDA) que pega um conjunto de documentos sem título (em nosso caso, landing pages) e devolve um conjunto de tópicos com os quais rotula esses documentos. As páginas podem ter um peso maior de inscrições em um ou mais tópicos — portanto, talvez uma página seja 80% Imobiliária e 20% Financeira (é preciso pagar pela casa de algum jeito). Com isto em mãos, nós podemos responder a pergunta mais complexa: “Qual é uma boa taxa de conversão para este tipo de página?”.

- 3. Examinamos nossos tópicos e os agrupamos nos ramos que você vê neste relatório** (Turismo, Imobiliário, Consultoria Empresarial, Serviços Empresariais, Crédito e Empréstimos, Saúde, Educação Superior, Melhorias Domiciliares, Jurídico e Estudos Vocacionais e Formação Profissional).

- 4. Observamos as indústrias e descobrimos algumas coisas realmente interessantes, permitindo que desenvolvêssemos questões como:** Quais são as indústrias mais populares e tipos de páginas? Qual a taxa de conversão típica para cada ramo? O que “bom” significa?

- 5. Utilizamos o [teste de Legibilidade de Flesch](#)** para medir o impacto da contagem de palavras e nível de leitura em taxas de conversão dentro das verticais.

- 6. Nós utilizamos um [Dicionário de Emoções](#)** para determinar se palavras associadas com dois sentimentos e oito emoções básicas (positivo, negativo, raiva, expectativa, nojo, medo, felicidade, tristeza, surpresa e confiança) afetam as taxas de conversão gerais.

# GLOSSÁRIO

Para que possa extrair o máximo do Relatório de Benchmark de Conversão, dê uma olhada rápida nos seguintes termos que serão utilizados:

- **Médias**

- Média: O valor central, dado pela soma de todos os valores e dividido pela quantidade total de valores.
- Mediana: O valor que divide um conjunto ao meio, de tal maneira que metade de todos os valores estejam abaixo da mediana e a outra metade acima.

- **Conversão:** Uma conversão pode significar muitas coisas para muitas pessoas: um endereço de e-mail, um número de telefone, uma venda. No entanto, para acompanhar o propósito deste relatório, nós consideramos a conversão como uma captura de lead através de um formulário Unbounce.
- **Taxa de conversão:** O cálculo da quantidade total de conversões dividida pela quantidade de visitantes da página.
- **Dependência:** Em estatística, uma indicação de que duas variáveis são correlacionadas. Isso implica que, caso uma variável mude, a outra faz o mesmo. Isso pode ser devido à correlação ou causalidade.
- **Emoção:** Neste relatório, nós utilizamos o Dicionário de Emoções para determinar se palavras associadas às 8 emoções básicas (raiva, expectativa, nojo, medo, felicidade, tristeza, surpresa e confiança) afetavam as taxas de conversão gerais.

- **Indústria ou Ramo:** Um mercado, no qual todos os vendedores oferecem produtos ou serviços que caem dentro da mesma profissão ou ofício. Por exemplo, o Relatório de Benchmark de Conversão fornece ideias para páginas das 10 seguintes indústrias ou ramos de atividades: Turismo, Imobiliário, Consultoria Empresarial, Serviços Empresariais, Crédito e Empréstimos, Saúde, Educação Superior, Melhorias Domiciliares, Jurídico e Estudos Vocacionais e Formação Profissional.
- **Landing Page de Geração de Lead:** Uma página distinta de seu website principal, idealmente com um único objetivo e uma chamada para ação. Landing pages de geração de lead existem para capturar um lead qualificado através de um formulário.
- **Conversões perdidas:** Este relatório inclui uma estimativa de “conversões perdidas” para cada ramo — isso corresponde à quantidade média de conversões adicionais que poderiam ter sido alcançadas por cada profissional de marketing por trimestre, se suas páginas estivessem entre as páginas de maior conversão do mesmo ramo.
- **Facilidade de Leitura:** Uma análise da facilidade de se ler um texto, medida de acordo com a quantidade de palavras por frase e a quantidade de sílabas por palavra. Utilizamos o teste de Legibilidade de Flesch para este relatório.
- **Sentimento:** Texto de landing pages podem ser utilizados para evocar uma resposta nos visitantes — seja positivo, negativo ou neutro. Palavras em uma landing page podem ser associadas com diversas emoções, mas apenas um sentimento de cada vez (ou nenhum).

## AUTORES E CONTRIBUIDORES



### YOSEM SWEET

DIRETOR DE OTIMIZAÇÃO DE NEGÓCIOS

Yosem Sweet, o Diretor de Otimização de Negócios da Unbounce, é um ex-empresendedor, CTO e produtor com uma experiência multidisciplinar em gerenciamento de produtos, engenharia de software, experiência de usuário e otimização de taxa de conversão. Nos últimos oito anos, ele liderou diversas equipes através da aplicação da aprendizagem automatizada para grandes conjuntos de dados para desbloquear o valor comercial.



### THOMAS LEVI

DIRETOR DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Thomas Levi começou com um doutorado em Física Teórica e Teoria das Cordas na Universidade da Pensilvânia em 2006. Seu projeto de pós-doutorado em cosmologia e teoria das cordas, no qual ele escreveu 19 artigos unindo mais de 850 citações, o levaram para a NYU e finalmente a UBC. Em 2012, ele decidiu seguir para o ramo comercial, e assumiu o papel de Cientista de Informações Sênior na Plenty of Fish. Em 2015 ele se tornou Diretor de Ciência da Informação na Unbounce. Thomas esteve envolvido em diversos projetos, tal como análise do comportamento, análise de redes sociais, detecção de fraude, detecção de bots, algoritmos de correspondência, modelagem de tópicos e análise semântica.



### JORDAN DAWE

DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE - ENGENHARIA DE DADOS

Jordan Dawe recebeu seu doutorado em Oceanografia Física pela Universidade de Washington em 2006, onde estudou modelagem computacional e análise estatística da variabilidade climática decenal. Ele trabalhou como pós-doutorado na Universidade da Colúmbia Britânica até 2012, quando decidiu se mudar para a indústria privada, juntando-se a equipes de ciência de dados na DeviantArt e EnerNOC, antes de ingressar na Unbounce em 2016. Jordan tem experiência em sistemas de aprendizagem automatizada, modelos de tópicos, análises de tráfego na web e tecnologias de big data e nuvem.



### CARL SCHMIDT

DIRETOR DE TECNOLOGIA

Como co-fundador, diretor de tecnologia e um veterano de 20 anos de atividades variadas relacionadas ao desenvolvimento de software, Carl Schmidt é o visionário tecnológico por trás da plataforma Unbounce. Desde a sua criação, Carl liderou os esforços do Unbounce para construir software utilizável e confiável na nuvem. Atualmente, ele está focado no desenvolvimento da estratégia do Unbounce em torno da inteligência artificial.

## AUTORES E CONTRIBUIDORES



### OLI GARDNER

CO-FUNDADOR DA UNBOUNCE

O Co-Fundador da Unbounce [Oli Gardner](#) viu mais landing pages do que qualquer outra pessoa no planeta. Ele é obcecado em identificar e reverter práticas de marketing ruins, e seu desdém por profissionais de marketing que enviam tráfego de campanha para a sua página inicial é lendária, resultando em discursos sobre landing pages de arrancar o couro. Um orador internacional prolífico, Oli está em uma missão para livrar o mundo da mediocridade de marketing utilizando copywriting, design, interação e psicologia, baseados em dados para criar uma experiência mais proveitosa para profissionais de marketing e clientes.



### DENIS SUHOPOLJAC

DIRETOR DE DESIGN

Denis Suhopoljac é um profissional holístico da UX, atualmente trabalhando como Diretor de Design no Unbounce. Durante mais de uma década, ele teve o privilégio de trabalhar em interativo, transmissão e impressão com empresas como Nike Jordan, EA, CBC, APTN, Bell Media, Rainmaker Entertainment e BC Film. Em sua carreira recebeu alguns prêmios da BCAMA, SXSW, The Leos, PopVox, Interactive Media Awards e RES 72.

Visite seu [website personal](#).



### AMANDA DUREPOS

EDITORA DO BLOG

Como Editora do [Unbounce Blog](#), Amanda Durepos avalia e desenvolve conteúdo para ajudar os profissionais de marketing a serem melhores em seus empregos. Quando ela não está gerenciando o calendário editorial do Unbounce Blog, ela está discutindo com especialistas em assuntos internos e externos, ajudando-os a educar outros profissionais do marketing de forma divertida e acionável. Você pode segui-la no [Twitter](#) mas ela apenas fica fazendo trocadilhos, na maior parte do tempo.



### MICHAEL AAGAARD

OTIMIZADOR DE CONVERSÃO SÊNIOR

Michael Aagaard é o Otimizador de conversão sênior da Unbounce, amplamente conhecido como uma das pessoas mais apaixonadas e entusiastas da indústria de otimização de taxa de conversão. Quando ele não está analisando e otimizando as experiências de conversão no Unbounce, você o encontrará no palco, em algum lugar do planeta pregando o evangelho do CRO. Michael está em missão para tornar a Internet um lugar melhor, inspirando as empresas a infundir pesquisas e testes em sua cultura de marketing.

Vsíte seu [website personal](#).