

Guia de conversão

landing, formulário e velocidade



Primeira tela, fricção, cinco estados, WCAG 2.2 e INP no campo

Edição de agosto de 2026

Brasil GEO · leadlovers

CONTRATO DE LEITURA

A página precisa merecer o teste

Uma landing só merece experimento depois de cumprir o básico verificável: explicar a oferta, pedir apenas o dado que uma decisão consome, responder a todos os estados do formulário e reagir ao toque no tempo que o campo aprova.

Segunda-feira, a campanha abriu com tráfego e o formulário devolveu poucos leads. A reunião escolheu a cor do botão como suspeita, embora ninguém tivesse conferido se a primeira tela dizia para quem a oferta servia, se o evento disparava no envio ou se o celular levava meio segundo para reconhecer o toque. Este é um cenário hipotético, criado apenas para a didática, e ele atravessa o guia porque concentra um defeito comum: a equipe tenta otimizar o último elo antes de vistoriar os anteriores.

A tese em uma frase

A taxa de conversão pertence ao encontro entre intenção e página. O trabalho começa pela continuidade entre o que trouxe a visita e o que a superfície entrega; a variação de copy entra depois que essa continuidade está comprovada.

O que o guia entrega	Como você verifica	Quando está pronto
Primeira tela em seis funções	Teste de cinco segundos em celular e desktop	Uma pessoa de fora responde às seis perguntas sem rolagem
Formulário por decisão	Inventário campo a campo	Todo campo tem dono, decisão e destino declarados
Cinco estados completos	Teste de envio, erro e repetição	Nenhum clique duplica lead ou apaga o que já foi digitado
Velocidade de interação	INP de campo no percentil 75	Até 200 ms, segmentado entre celular e desktop

MAPA

Oito blocos, uma ordem de revisão

A sequência começa no que o visitante vê e termina no que o relatório prova. Pular direto para medição deixa uma promessa confusa intacta; começar por estética deixa um evento quebrado passar. O roteiro preserva a dependência entre as decisões.

01**Primeira tela**

Seis funções sem rolagem

02**Continuidade**

Anúncio e página prometem o mesmo

03**Ação**

Botão declara o próximo passo

04**Formulário**

Cada campo sustenta uma decisão

05**Estados**

Vazio, edição, envio, erro e sucesso

06**Acessibilidade**

Contraste, rótulo, teclado e toque

07**Medição**

Evento no envio e origem preservada

08**Velocidade**

INP de campo dentro do corte

Como usar em 45 minutos

Escolha a página de maior investimento em mídia. Marque cada bloco como aprovado, reprovado ou sem evidência. Toda reprovação ganha dono e prazo; a ausência de evidência conta como reprovação até que alguém mostre o artefato.

01

A primeira tela

Antes de rolar, quem chega precisa reconhecer a oferta, o público, a prova e a continuação. A primeira tela cumpre seis funções; cada elemento que não ajuda uma delas disputa espaço com a decisão.

DIAGNÓSTICO

As seis funções da primeira tela



O teste de cinco segundos

- O que esta página oferece?
- Para quem ela foi feita?
- Qual resultado promete?
- Que prova sustenta a promessa?
- O que o botão pede?

CRITÉRIO DE PRONTO

Alguém de fora responde às seis sem rolar a tela.

A ordem acompanha as perguntas de quem chega. Identificação reduz ambiguidade. Proposta e público permitem que a pessoa se reconheça. A prova justifica o pedido. O botão nomeia a ação e a redução de risco explica o que acontece depois. A marca pode distribuir as funções em formatos diferentes; a ausência de uma delas continua sendo ausência.

CASO CONDUTOR

O que a primeira tela hipotética deixou de dizer

No cenário hipotético deste guia, o anúncio promete um diagnóstico de automação. A landing abre com o nome do produto, uma frase genérica e um botão “Enviar”. O visitante precisa adivinhar para quem serve, o que receberá e quanto compromisso o clique cria.

Função	Antes	Depois da revisão	Prova do ajuste
Identificação	Logotipo isolado	Categoria e empresa nomeadas	Teste dos cinco segundos
Proposta	“Automatize mais”	Diagnóstico aponta o bloqueio principal da captação	Resposta do visitante repete o ganho
Público	Ausente	Marketing e vendas com campanha ativa	Canal dominante reconhecido
Prova	Selo sem origem	Método e entregável visíveis	Documento ou amostra aberta
Ação	“Enviar”	“Receber o diagnóstico”	Botão descreve o resultado imediato
Risco	Ausente	Entrega por e-mail, sem ligação automática	Linha de apoio junto do botão

Critério de decisão

Se a pessoa que viu a tela por cinco segundos não consegue dizer o que receberá e o que ocorrerá depois do clique, troque a estrutura antes de trocar o adjetivo.

AÇÃO E ACESSO

O botão precisa caber no dedo e na leitura

A chamada principal combina verbo e objeto: “Receber o diagnóstico”, “Abrir o comparativo” ou “Agendar a demonstração”. A linha de apoio carrega tempo, canal e risco removido. Esse par deixa o botão curto sem omitir o compromisso.

Critério	Piso verificável	Decisão prática
Contraste de texto normal	4,5:1 no critério 1.4.3, nível AA das WCAG 2.2	Meça o par real de cores nos dois temas; 4,499:1 reprova
Texto grande	3:1 no critério 1.4.3, nível AA	Confirme o tamanho normativo antes de usar o corte menor
Alvo de toque	24 por 24 pixels CSS no critério 2.5.8, nível AA, com exceções	Para o botão principal, adote 44 por 44 ou mais e preserve espaçamento
Alvo ampliado	44 por 44 pixels CSS no critério 2.5.5, nível AAA	Use como conforto operacional sem chamá-lo de obrigação AA

Fonte: W3C, WCAG 2.2, recomendação publicada em 5 de outubro de 2023. Os critérios 1.4.3, 2.5.8 e 2.5.5 foram conferidos na documentação normativa em agosto de 2026.

Teste de cinco minutos

Abra a página no celular, segure o aparelho com uma mão e toque no botão três vezes com o polegar. Meça o contraste do rótulo sobre o fundo. Um botão que passa na régua e falha na mão ainda precisa de correção.

02

O formulário

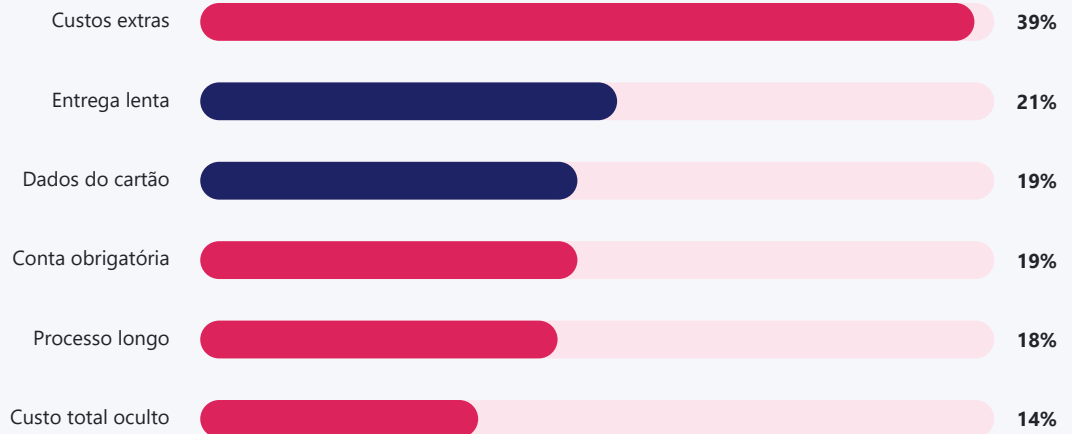
Cada campo cobra tempo e confiança. O campo permanece quando sustenta uma decisão de roteamento, qualificação ou atendimento; o resto migra para depois da primeira entrega de valor.

EVIDÊNCIA

O pedágio aparece nas razões declaradas

O Baymard Institute registrou taxa média de abandono de carrinho de 70,22% na atualização de 22 de setembro de 2025, calculada sobre cerca de 50 estudos independentes. O dado descreve comércio eletrônico e dá ordem de grandeza ao intervalo entre intenção e conclusão; ele não define uma meta para formulários de geração de leads.

Razões declaradas de abandono que a página consegue sentir



Resposta múltipla: as marcações são independentes e não somam 100%.

Fonte e método: Baymard Institute, pesquisa quantitativa publicada na versão de 2025, com compradores norte-americanos que abandonaram depois de demonstrar intenção real; pergunta de resposta múltipla. Nessa base, custos extras receberam 39% das marcações, entrega lenta 21%, desconfiança sobre o cartão 19%, conta obrigatória 19%, processo longo 18% e custo total oculto 14%. Como os respondentes podiam marcar mais de uma causa, cada percentual usa o total de respondentes elegíveis como denominador e a soma ultrapassa 100% sem erro metodológico.

MATRIZ

Um campo por decisão de negócio

A quantidade de campos é consequência do uso que a operação fará deles. A revisão começa pelo inventário: nome do campo, decisão que consome o dado, quem responde pela decisão e em qual sistema o valor viverá. Campo sem resposta nas quatro colunas sai da primeira etapa.

Campo	Decisão que consome o dado	Dono	Momento recomendado
E-mail	Entregar o material e reconhecer o lead	CRM e automação	Primeira etapa
Nome	Personalizar a confirmação e o contato	Atendimento	Primeira etapa quando usado de fato
Telefone	Abrir conversa por canal consentido	Vendas	Primeira etapa apenas se o próximo passo exige contato
Empresa	Encaminhar por carteira ou segmento	Operações de receita	Depois do contato, quando o roteamento depende dela
Cargo	Priorizar linguagem e contexto	Marketing ou vendas	Após a primeira entrega; evite quando ninguém consulta
Faturamento	Definir elegibilidade comercial	Liderança comercial	Somente com política escrita e necessidade real

Pergunta que encerra a disputa

Qual decisão deixa de acontecer se este campo for removido? Se ninguém consegue nomear a decisão, a coleta está cobrando de todo visitante para alimentar uma possibilidade abstrata.

PADRÃO DE INTERAÇÃO

Quando a operação precisa de mais dados



Cada campo é uma cancela de tempo e confiança. A primeira etapa pede o contato que permite continuar; as seguintes recolhem o que a decisão seguinte realmente consome.

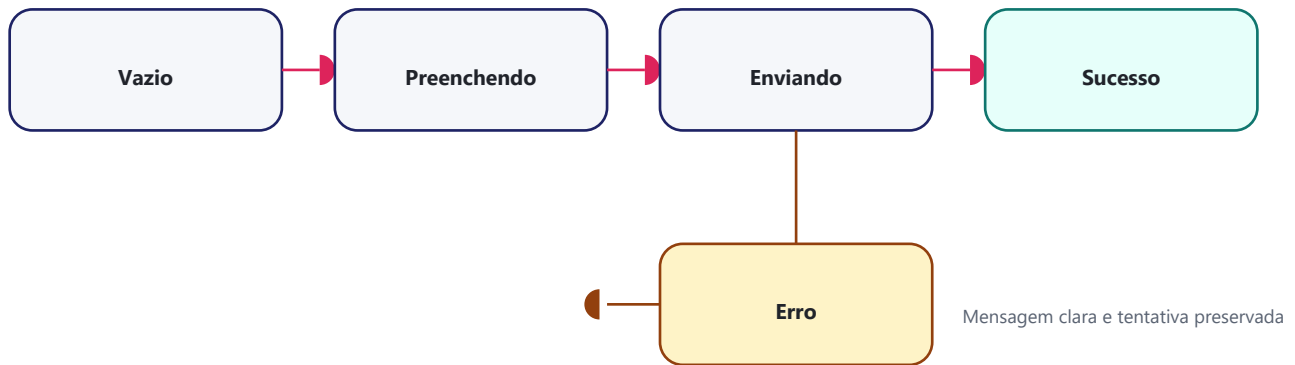
Padrão	Quando usar	Risco	Proteção
Uma etapa curta	Poucos dados e entrega imediata	Campo demais vira desistência concentrada	Limite pela matriz de decisão
Múltiplas etapas	Roteamento exige dados adicionais	A pessoa abandona antes de entregar contato	E-mail na primeira tela e salvamento progressivo
Enriquecimento posterior	Dados podem vir de conversa ou sistema	Informação presumida contamina CRM	Origem e confiança registradas por atributo

A entrada redundante também pesa. O critério 3.3.7 das WCAG 2.2 pede que informação já fornecida no mesmo processo seja preenchida automaticamente ou fique disponível para seleção, salvo exceções de segurança e necessidade. A interface ganha conversão quando deixa de cobrar a mesma resposta duas vezes.

ESTADOS

O formulário existe em cinco telas

Design entregue apenas no estado vazio está incompleto. A ansiedade cresce depois do clique, justamente onde muitos protótipos param: envio sem feedback, erro que apaga campos e sucesso que não explica o próximo passo.



Estado	O que a pessoa precisa perceber	Critério de pronto
Vazio	O tamanho do compromisso	Rótulos persistentes, campos obrigatórios claros e privacidade legível
Preenchendo	O que falta corrigir	Validação junto do campo, sem apagar valor válido
Enviando	O clique foi recebido	Botão bloqueia repetição e mostra progresso
Erro	O que falhou e como sair	Mensagem acionável, tentativa preservada e foco levado ao erro
Sucesso	O lead entrou e qual é o próximo passo	Confirmação explícita e expectativa de prazo ou canal

ACESSIBILIDADE

O campo precisa sobreviver ao uso real

Verificação	Falha que aparece	Correção
Rótulo fora do campo	O placeholder some durante a digitação e o leitor de tela perde o nome	Use label associado ao id; placeholder vira exemplo, quando necessário
Tipo e teclado	O celular abre teclado errado e aumenta o esforço	Use type, inputmode e autocomplete coerentes com o dado
Erro anunciado	A cor muda, mas a mensagem não chega ao leitor de tela	Associe descrição e use região de status quando a mensagem nasce
Ordem de foco	Teclado percorre a página em sequência diferente da visual	Mantenha DOM lógico e teste sem mouse
Zoom no iOS	Fonte abaixo de 16 pixels faz a tela saltar ao focar	Campos com 16 pixels ou mais no celular
Dados pessoais na URL	Informação entra em histórico, log e compartilhamento	Envie no corpo da requisição e minimize a coleta

Teste sem ferramenta especializada

Preencha a página usando apenas Tab, Shift+Tab, Enter e as setas. Em seguida, provoque um erro, corrija e envie duas vezes. O roteiro encontra foco perdido, mensagem invisível, repetição de lead e estado sem saída.

03

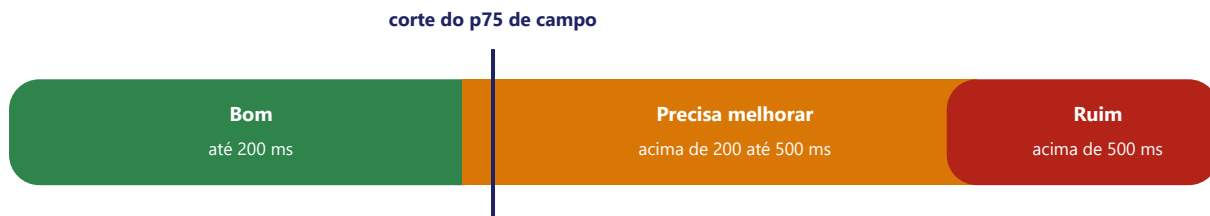
A velocidade

Na página de captação, a interação principal é justamente a que o INP mede: tocar no campo, digitar e enviar. O dado de campo decide se a resposta é boa; o laboratório explica onde o atraso nasceu.

CORE WEB VITALS

O corte de INP no percentil 75

Interaction to Next Paint (INP) mede a latência das interações de clique, toque e teclado ao longo da visita. O valor final representa a pior interação observada, com tratamento de outliers em páginas com muitas interações. O Google recomenda avaliar o percentil 75 de carregamentos reais, separado entre celular e desktop.



Meça celular e desktop separadamente. O laboratório localiza a causa; o campo aprova.

A regra que governa campanha

Até 200 milissegundos no percentil 75 de dados de campo é a faixa boa. Acima de 200 e até 500 milissegundos precisa melhorar; acima de 500 milissegundos é ruim. Uma nota de laboratório não substitui esse registro quando o dado de campo existe.

Fonte: web.dev, "Interaction to Next Paint", publicado em 6 de maio de 2022 e atualizado em 2 de setembro de 2025; limiares e método conferidos em agosto de 2026. O INP substituiu o FID como Core Web Vital em 12 de março de 2024.

DIAGNÓSTICO

Campo aprova, laboratório explica

A correção começa na página e no dispositivo que o relatório reprova. Misturar desktop e celular suaviza a experiência que mais precisa de atenção. Depois do recorte, o laboratório grava uma interação lenta e separa o atraso em entrada, processamento e apresentação.

Sintoma	Causa provável	Como confirmar	Movimento de saída
Primeiro toque demora	JavaScript longo disputa a thread principal	Performance trace durante o clique	Quebrar tarefa, adiar trabalho secundário e reduzir código
Digitação engasga	Validação ou máscara roda a cada tecla	Perfil da função de input	Simplificar validação e processar só o necessário
Botão parece morto	O processamento começa sem resposta visual	Filmagem e marcação do evento	Pintar feedback imediato antes da tarefa longa
Celular reprova e desktop passa	CPU, memória ou rede ampliam o custo	CrUX segmentado e laboratório com contenção	Priorizar o caminho móvel e reduzir dependência pesada
Campo não tem dados	Volume insuficiente no CrUX	PageSpeed Insights e relatório de origem	Usar dado de origem com limite declarado e instrumentar RUM

Critério de aceite

A pendência fecha quando o INP de campo volta à faixa acordada no mesmo recorte de dispositivo e período. A melhora no laboratório é evidência de causa corrigida; ainda falta a confirmação de uso real.

GUARDRAILS

Velocidade entra antes de ligar mais tráfego

Momento	Leitura mínima	Decisão
Antes de publicar	Laboratório em celular comum; peso de JavaScript; foco e envio	Bloquear defeito evidente antes de formar dado de campo
Primeiras semanas	INP por origem, página e dispositivo quando disponível	Abrir pendência se o percentil 75 passar de 200 ms
Depois de uma mudança	Comparação de período equivalente e mesma segmentação	Confirmar efeito sem atribuir sazonalidade ao código
Durante experimento	INP como guardrail junto da conversão	Descartar variante que converte mais e deixa a interação pior

O estudo de caso da RedBus, publicado pelo web.dev em 2024, associou a melhoria de INP a um aumento de 7% nas vendas daquela operação. O percentual tem a RedBus como denominador empresarial, usa a comparação documentada no estudo de caso e pertence ao período analisado pela empresa; ele demonstra que responsividade pode alcançar receita, sem prometer o mesmo efeito para outra página.

Limite declarado

INP mede responsividade, e não clareza de oferta. Uma página rápida continua falhando quando anuncia uma coisa e entrega outra. O roteiro mantém velocidade no terceiro bloco porque a técnica só produz resultado quando mensagem e formulário já sustentam a intenção.

04

A revisão

Oito blocos transformam opinião em vitória. Cada item recebe resposta binária, evidência observável, dono e prazo. Sem esse registro, a reunião reabre a mesma discussão no ciclo seguinte.

CHECKLIST

Blocos um a quatro: a promessa e o pedido

Bloco	Pergunta binária	Evidência	Dono provável
1. Primeira tela	As seis funções aparecem sem rolagem em celular e desktop?	Capturas por dispositivo e teste de cinco segundos	Conteúdo e design
1. Primeira tela	A proposta nomeia ganho e público sem depender do anúncio?	Resposta de pessoa externa	Conteúdo
2. Continuidade	A frase central do anúncio reaparece na página?	Par anúncio-página arquivado	Mídia e conteúdo
2. Continuidade	A página atende o estágio de consciência do canal dominante?	Mapa de origem e mensagem	Mídia
3. Ação	O botão declara verbo e objeto?	Rótulo lido isoladamente	Conteúdo e design
3. Ação	A linha de apoio informa tempo, canal e risco removido?	Texto junto do botão	Conteúdo
4. Formulário	Todo campo sustenta uma decisão nomeada?	Matriz campo-decisão	Operações de receita
4. Formulário	O dado coletado tem destino, retenção e dono?	Dicionário do CRM	Dados e privacidade

Gate de saída

Blocos um a quatro ficam verdes quando a equipe consegue mostrar a página, o par anúncio-página e a matriz de campos. Explicação verbal sem artefato permanece como “sem evidência”.

CHECKLIST

Blocos cinco a oito: entrega e prova

Bloco	Pergunta binária	Evidência	Dono provável
5. Estados	Vazio, edição, envio, erro e sucesso foram desenhados e testados?	Gravação do fluxo completo	Design e engenharia
5. Estados	O envio repetido fica bloqueado sem apagar a tentativa?	Teste de clique duplo	Engenharia
6. Acessibilidade	Contraste, rótulo, foco e alvo de toque passam?	Relatório e teste por teclado	Design e engenharia
6. Acessibilidade	Erro é descrito por texto e associado ao campo?	Inspeção do DOM e leitor de tela	Engenharia
7. Medição	O evento dispara no envio aceito, antes do redirecionamento?	DebugView ou registro equivalente	Dados
7. Medição	Origem chega ao CRM e reconcilia com o total de formulários?	Relatório de reconciliação	Dados e CRM
8. Velocidade	INP de campo está até 200 ms no percentil 75?	CrUX ou RUM por dispositivo e período	Engenharia
8. Velocidade	Página sem campo tem limite declarado e plano de coleta?	Relatório de origem e backlog	Engenharia e liderança

Gate de saída

A página entra em experimentação quando os oito blocos têm evidência e nenhuma reprovação crítica permanece sem dono. O teste A/B passa a comparar alternativas sobre uma superfície confiável.

PLANO

A revisão cabe em 90 dias

Comece pela página de maior investimento em mídia. Ela amplifica o custo de cada defeito e oferece volume para formar leitura de campo. O plano avança por gate, não por calendário: uma etapa pendente segura a seguinte quando compromete a evidência.

Horizonte	Entrega	Gate	Decisão
0 a 30 dias	Seis funções, continuidade, matriz de campos, estados e evento no envio	Sem campo órfão; clique duplo bloqueado; origem chega ao CRM	Corrigir a superfície ou justificar por escrito a pendência
31 a 60 dias	Acessibilidade, reconciliação e INP por dispositivo	Teclado completa o fluxo; totais reconciliam; leitura de campo registrada	Priorizar técnica, dados ou mensagem pela primeira reprovação
61 a 90 dias	Roteiro estendido às páginas seguintes e linha de base congelada	Pendências têm dono; série histórica usa definição constante	Abrir experimentação ou voltar ao bloqueio dominante

Ordem recomendada

Medição entra no primeiro mês porque todo aprendizado posterior depende dela. A experimentação fecha o plano: teste sobre superfície quebrada mede ruído com precisão, e a precisão não recupera a decisão perdida.

RESPONSABILIDADE

Cada papel entrega uma prova

Papel	Entrega	Evidência pela qual responde
Conteúdo	Headline, proposta, botão e linha de apoio	Teste de cinco segundos e continuidade da promessa
Mídia	Par anúncio-página e recorte por origem	Mapa de campanhas e mensagens
Design	Hierarquia, estados e especificação acessível	Protótipo dos cinco estados e contraste aferido
Engenharia	Validação, envio, foco, acessibilidade e desempenho	Teste completo e relatório de campo
Dados e CRM	Evento, origem, destino e reconciliação	Contagem entre formulário, analytics e CRM
Privacidade	Minimização, base legal e retenção	Registro da decisão e texto publicado
Liderança	Prioridade, dono e gate	Backlog com prazo e critério de aceite

A regra de desempate é simples: quem mostra a evidência localiza a causa. Convicção sem artefato volta como tarefa de apuração. Esse desenho reduz a reunião porque cada área chega com um registro diferente e complementar, em vez de opiniões concorrentes sobre a mesma captura de tela.

ARTEFATO

Ficha de vistoria para copiar

Use uma ficha por página e por dispositivo. Congele a data, o canal dominante e a definição de conversão antes de marcar qualquer item; a série perde valor quando o denominador muda no meio da comparação.

Campo da ficha	Preenchimento
Página e versão	URL, data de publicação e identificador da variante
Dispositivo e canal	Celular ou desktop; campanha, busca, indicação ou acesso direto
Conversão	Evento, momento do disparo e denominador
Bloco	Um dos oito blocos do roteiro
Resultado	Aprovado, reprovado ou sem evidência
Evidência	Link, captura, gravação, relatório ou trecho de código
Pendência	Mudança necessária sem prescrever solução antes do diagnóstico
Dono e prazo	Pessoa responsável e data de nova conferência
Critério de aceite	Condição observável que encerra a pendência

Pronto significa verificável

"Melhorar o formulário" mantém o problema aberto. "Remover o campo Cargo depois de confirmar que nenhuma regra de roteamento o consome" fecha com ação e evidência.

REFERÊNCIAS

Fontes primárias e limites de uso

Fonte	Documento e data	Uso neste guia
Baymard Institute	Cart Abandonment Rate Statistics, atualização de 22/09/2025; pesquisa de razões de abandono, versão 2025	Abandono de checkout de comércio eletrônico. O guia usa como evidência de fricção e declara que não é meta de geração de leads.
W3C	Web Content Accessibility Guidelines 2.2, recomendação de 05/10/2023	Contraste mínimo 1.4.3, alvo de toque 2.5.8 e 2.5.5, rótulos 3.3.2 e entrada redundante 3.3.7.
web.dev	Interaction to Next Paint, atualização de 02/09/2025	INP até 200 ms como bom, acima de 500 ms como ruim e avaliação no percentil 75 de campo.
web.dev	Caso RedBus sobre INP, publicado em 2024	O efeito de 7% pertence à operação estudada e demonstra vínculo possível com vendas; não é promessa transferível.
Portal Leadlovers 2026	Landing e formulário: da visita ao lead, revisão editorial de 11/08/2026	Fonte compilada dos exemplos, diagramas, cinco estados e roteiro em oito blocos.

Endereços completos: baymard.com/lists/cart-abandonment-rate; w3.org/TR/WCAG22; web.dev/articles/inp; brasilgeo.ai/leadlovers2026/inbound/landing-e-formulario/. Documentação técnica muda. A versão pública do portal preserva a data de revisão e deve ser conferida antes de transformar um corte em política permanente.

SÍNTESE PRÁTICA

Volte à página de segunda-feira

No cenário hipotético que abriu o guia, a equipe já não discute a cor do botão. A vistoria mostrou que o anúncio prometia diagnóstico, a página apresentava produto, o campo Cargo não alimentava decisão alguma e o celular demorava para responder ao envio.

A próxima reunião começa com quatro artefatos: captura da primeira tela, matriz de campos, gravação dos cinco estados e leitura de INP por dispositivo. A troca de cor pode continuar na lista de hipóteses, mas perdeu o privilégio de entrar antes do básico. Esse é o ganho do roteiro: transformar uma taxa desconfortável numa sequência de causas que alguém consegue provar e corrigir.

**Abra a edição interativa**

Use o roteiro copiável, navegue pelas fontes e aplique o checklist diretamente no portal.

brasilgeo.ai/leadlovers2026/inbound/landing-e-formulario/

Ação de segunda-feira

Escolha a landing de maior investimento em mídia. Marque os oito blocos, anexe uma evidência por resposta e transforme cada reprovação em pendência com dono, prazo e critério de aceite.