

Auditoria de Site

Análise do site

techhero.dev.br

12 de setembro de 2026

SCORE GLOBAL DE MARKETING

39

Conceito F · Escala 0-100

O panorama de marketing

O site está em 39/100 — nota de quem tem um produto com mecânica clara, mas vendido no vácuo. O ponto forte real é o posicionamento: o headline contrarian 'não opina, mede' funciona, é diferenciado e o CTA de entrada (só a URL) tem fricção baixíssima. Isso é raro e vale proteger.

A maior lacuna é unânime nos 5 relatórios: zero prova social. Não há depoimento, número, logo de cliente, nem sinal de quem são vocês. Isso sozinho derruba Conversão, Confiança e Posicionamento Competitivo — porque o visitante precisa confiar num diagnóstico que nunca viu funcionar em outro site. Junto disso, a página não mostra o produto antes de pedir dado, não tem preço, não tem categoria de mercado definida e tecnicamente está nua para SEO (sem schema, sem Open Graph, sem canonical, zero imagem).

As três ações que mais movem o ponteiro, em ordem de impacto por esforço: (1) colocar prova social real na página — mesmo que sejam 3 exemplos de diagnósticos já rodados com nome e nota, isso ataca Conversão, Confiança e Posicionamento de uma vez; (2) mostrar o produto antes da conversão — um preview do relatório ou um exemplo visual do output, porque hoje o visitante compra 'no escuro'; (3) fechar os buracos técnicos de SEO (JSON-LD, Open Graph, canonical), que são baixo esforço e destravam distribuição orgânica e compartilhamento.

Recomendação: não toque no headline nem no CTA — eles funcionam. O problema não é a proposta, é a ausência de evidência e de contexto de mercado em volta dela. Resolver isso é trabalho de dias, não de meses, e deve vir antes de qualquer investimento em tráfego pago.

ANÁLISE COMPETITIVA — RESUMO

Como o site se posiciona no mercado

neilpatel.com · similarweb.com · resultadosdigitais.com.br

AMEAÇA	RD Station é a maior ameaça por operar no mesmo idioma e mercado (BR), com autoridade de marca estabelecida e CTAs de demonstração segmentados por área, capturando a atenção de quem busca ferramentas de marketing digital antes de chegar a uma auditoria de nicho.
OPORTUNIDADE	O site analisado deveria atacar a lacuna de transparência de preço e prova social combinada com especificidade técnica, algo que nenhum dos dois concorrentes oferece de forma tão direta quanto uma auditoria instantânea e acionável.
DIFERENCIAL	Similarweb ocupa o território de inteligência de mercado e dados competitivos em escala global, RD Station ocupa o território de conteúdo educacional e funil de marketing/vendas no Brasil, e o site analisado deveria ocupar o nicho específico de diagnóstico técnico automatizado e acionável para donos de site que não têm equipe de marketing.

Tabela comparativa completa na página 8

Pontuação por dimensão

Conteúdo & Mensagem		42
Conversão & CRO		47
SEO & Descoberta		42
Posicionamento Competitivo		28
Marca, Confiança & Crescimento		34

Conteúdo & Mensagem

42 /100

O headline é forte e diferenciado, com um posicionamento contrarian bem executado ('não opina, mede'), e o CTA principal é claro e de baixa fricção. Mas a página para no meio do caminho: zero prova social, zero conteúdo de profundidade e nenhuma explicação do que realmente está por trás das '5 frentes' — o visitante precisa confiar no vazio.

O que está funcionando

- O headline 'A gente não opina sobre o seu site. A gente mede.' cria uma posição contrarian clara contra concorrentes que vendem 'opinião de especialista'.
- O microtexto abaixo do CTA ('Diagnóstico gratuito · leva cerca de 20 segundos') ataca a objeção de fricção/tempo no momento exato da decisão.
- A meta description já resume bem a proposta ('Cinco analistas de IA avaliam conteúdo, conversão, SEO, concorrência e marca... Relatório executivo com plano de ação e PDF, em minutos') — mensagem consistente entre SEO e página.

O que ajustar

CRITICAL

Nenhuma prova social na página

'Adicionar contador de sites já auditados, 2-3 depoimentos reais ou logos de clientes/sites conhecidos que já rodaram o Audit-Hero. Sem isso, o visitante não tem motivo para confiar em 'cinco analistas de IA' que ele nunca viu funcionar.

Impacto: Prova social costuma elevar conversão em landing pages de ferramenta SaaS em 15-30%; aqui o impacto tende a ser maior por ser uma página com zero confiança estabelecida.

CRITICAL

Visitante não vê o produto antes de comprar/inserir dados

'Mostrar um exemplo real (screenshot ou trecho) do relatório final — as notas, o plano de ação, o PDF — antes do CTA. Hoje a promessa é abstrata ('nota de cada frente') sem nenhuma evidência visual.

Impacto: Reduz a maior objeção de ferramentas de IA ('o que eu realmente recebo?'), tende a aumentar taxa de preenchimento do campo de URL.

HIGH

Copy fica em features, não em benefícios

'Trocar 'Cinco frentes avaliadas: conteúdo, conversão, SEO, posicionamento e marca' por uma frase que amarre isso a uma dor ('descubra por que seu site não converte antes de gastar mais em tráfego'). Hoje a lista de categorias não diz o que o usuário ganha.

Impacto: Copy orientada a benefício costuma melhorar CTR do CTA por reduzir o esforço cognitivo de 'traduzir feature em valor'.

MEDIUM

Nenhum conteúdo de suporte (SEO/educação)

'Criar ao menos uma seção de FAQ ou um artigo curto explicando a metodologia ('como os 5 agentes avaliam seu site') — hoje o site não tem profundidade nenhuma para SEO orgânico nem para visitante que quer entender antes de inserir a URL.

Impacto: Sem conteúdo, a página depende 100% de tráfego pago/direto; FAQ/metodologia ajuda tanto SEO quanto objeção de compra.

MEDIUM

Ausência de Open Graph e JSON-LD

'Adicionar tags Open Graph (og:title, og:image, og:description) e um schema.org (SoftwareApplication ou Product) — hoje qualquer compartilhamento em WhatsApp/LinkedIn/Twitter aparece sem preview, e buscadores não têm dados estruturados para rich snippets.

Impacto: OG ausente derruba diretamente CTR de compartilhamento social, que costuma ser canal relevante para ferramentas gratuitas/virais como essa.

Reescritas sugeridas

Home — subheadline

Antes:

“Cinco frentes avaliadas: conteúdo, conversão, SEO, posicionamento e marca. Você recebe a nota de cada uma e quantas correções o site precisa — por gravidade, não uma lista genérica.”

Depois:

“Descubra em 20 segundos por que seu site perde visitante: nota de 0 a 10 em conteúdo, conversão, SEO, posicionamento e marca — com a lista de correções ordenada pela que mais está te custando dinheiro, não uma lista genérica de 40 itens.”

A versão atual descreve o processo (o que a ferramenta faz); a reescrita amarra isso à dor do visitante (perder visitante/dinheiro) e mantém o diferencial real da copy original (correções por gravidade), que é o ponto mais forte do texto.

Home — CTA / prova

Antes:

“Auditar agora ’ (Diagnóstico gratuito · leva cerca de 20 segundos)”

Depois:

“Auditar meu site agora ’ (Grátis · 20 segundos · já usado em [N] sites)”

Adicionar um número real de uso (mesmo que baixo, ex. ‘já usado em 87 sites’) funciona como prova social mínima diretamente na zona de decisão, sem exigir nova seção na página.

Conversão & CRO

47 /100

A landing page tem uma proposta de valor clara e um único CTA de baixa fricção (só a URL do site), mas carece quase por completo de sinais de confiança, prova social e qualquer estrutura de precificação visível no conteúdo extraído. O funil de entrada é forte para um diagnóstico gratuito, mas não há nada que sustente a conversão para a etapa paga.

O que está funcionando

- CTA de entrada com fricção mínima: um único campo de URL, sem cadastro prévio, reduz abandono no topo do funil
- Promessa de tempo curto ('leva cerca de 20 segundos') reduz a barreira psicológica de tentar a ferramenta
- Proposição de valor diferenciada e memorável ('a gente não opina, a gente mede') separa o produto de concorrentes que prometem opinião subjetiva

O que ajustar

CRITICAL	Ausência total de prova social e sinais de confiança 'Adicionar contador de auditorias já realizadas, 2-3 depoimentos curtos ou logos de sites/empresas já auditados logo abaixo do H1 ou ao lado do formulário. <i>Impacto: Prova social próxima ao CTA tipicamente aumenta conversão em 10-30% em ferramentas SaaS de baixa fricção.</i>
CRITICAL	Nenhuma informação de pricing/pacote visível na página analisada 'Se existe uma página de preço, linkar explicitamente na home (ex: 'Veja planos' no menu ou footer) com ancoragem clara (relatório grátis vs. PDF completo) e FAQ de objeções (dados, tempo, garantia). <i>Impacto: Sem visibilidade de preço, o usuário que completa o diagnóstico grátis não tem caminho claro para upgrade — perda potencial de toda a receita do funil pago.</i>
HIGH	SEO técnico incompleto: sem canonical, sem JSON-LD, sem Open Graph 'Adicionar <link rel='canonical'>, schema.org Organization/Product e tags Open Graph (og:title, og:description, og:image) para melhorar CTR em compartilhamentos e busca. <i>Impacto: Open Graph ausente reduz taxa de clique em compartilhamentos sociais e pode cortar tráfego orgânico qualificado.</i>
MEDIUM	Nenhuma imagem/ilustração de apoio (0 no total) 'Incluir um mockup/preview do relatório gerado (ex: screenshot com notas 0-10) próximo ao formulário, para reduzir a incerteza sobre o que o usuário vai receber. <i>Impacto: Visualizar o output esperado costuma reduzir a taxa de abandono no formulário em produtos de diagnóstico/relatório.</i>
MEDIUM	Único CTA sem reforço de urgência ou garantia 'Adicionar microcopy de baixo risco junto ao botão (ex: 'sem cartão de crédito' ou 'seus dados não são compartilhados') para reduzir fricção psicológica de inserir a URL do próprio site. <i>Impacto: Microcopy de baixo risco pode aumentar taxa de preenchimento em formulários de entrada única.</i>

Reescritas sugeridas

Home / Hero

Antes:

“Diagnóstico gratuito · leva cerca de 20 segundos”

Depois:

“Diagnóstico gratuito em 20 segundos · sem cadastro, sem cartão de crédito”

Reforça a ausência de barreiras (cadastro/pagamento) exatamente ao lado do CTA, reduzindo a hesitação de quem ainda não confia no site.

Home / Hero

Antes:

“A gente não opina sobre o seu site. A gente mede.”

Depois:

“A gente não opina sobre o seu site. A gente mede — e mostra exatamente o que corrigir primeiro.”

Mantém a força do H1 original, mas adianta o benefício concreto (priorização por gravidade) citado no parágrafo seguinte, reforçando a promessa logo no primeiro elemento visual.

SEO & Descoberta

42 /100

O site tem fundamentos técnicos corretos (title, meta description, viewport, lang), mas falha em pontos estruturais que pesam bastante para SEO: sem schema markup, sem canonical, sem Open Graph e sem nenhuma imagem otimizada com alt. É uma landing page enxuta demais para o que o SEO técnico moderno exige.

O que está funcionando

- Title tag bem construído: inclui produto, benefício e marca em 48 caracteres, sem keyword stuffing.
- Meta viewport configurado corretamente, garantindo base para renderização mobile.
- Atributo lang="pt-BR" declarado corretamente no <html>, ajudando motores de busca a servir a página ao público certo.

O que ajustar

CRITICAL	Ausência total de JSON-LD (schema.org) 'Implementar schema SoftwareApplication ou Service para 'Audit-Hero', incluindo aggregateRating (se houver avaliações) e FAQPage se houver perguntas frequentes na página. <i>Impacto: Pode habilitar rich snippets nos resultados de busca, aumentando CTR em até 20-30%.</i>
CRITICAL	Sem Open Graph tags 'Adicionar og:title, og:description, og:image e og:url ao <head> para controlar como o link aparece ao ser compartilhado no WhatsApp, LinkedIn e Twitter/X. <i>Impacto: Compartilhamentos sociais sem preview visual reduzem drasticamente a taxa de clique em canais que dependem de link sharing.</i>
HIGH	Nenhuma imagem no site 'Adicionar ao menos um screenshot do relatório gerado ou ilustração do produto com alt text descritivo (ex: alt="Exemplo de relatório de auditoria gerado pelo Audit-Hero"), em formato WebP. <i>Impacto: Melhora tempo de permanência, taxa de conversão visual e abre oportunidade de tráfego via Google Imagens.</i>
HIGH	Falta de <link rel="canonical"> 'Adicionar tag canonical apontando para https://techhero.dev.br/audit para evitar problemas de conteúdo duplicado, especialmente se a página for acessível com/sem trailing slash ou parâmetros UTM. <i>Impacto: Consolida sinais de ranqueamento em uma única URL, evitando diluição de autoridade.</i>
MEDIUM	Estrutura de headers incompleta 'Adicionar H2s para cada uma das 'cinco frentes avaliadas' (conteúdo, conversão, SEO, posicionamento, marca) mencionadas no texto, criando hierarquia semântica clara. <i>Impacto: Ajuda o Google a entender a estrutura temática da página e pode gerar sitelinks/featured snippets.</i>

Reescritas sugeridas

/audit (H1)

Antes:

“A gente não opina sobre o seu site. A gente mede.”

Depois:

“Auditoria de site por IA: nota real em 5 frentes, em 20 segundos”

O H1 atual é forte em tom de marca, mas não contém a keyword principal ('auditoria de site'). Um H1 híbrido mantém a personalidade e melhora relevância semântica para busca.

/audit (meta description)

Antes:

“Cinco analistas de IA avaliam conteúdo, conversão, SEO, concorrência e marca do seu site. Relatório executivo com plano de ação e PDF, em minutos.”

Depois:

“Audit-Hero: 5 analistas de IA avaliam SEO, conteúdo e conversão do seu site. Receba nota e plano de ação em PDF, em 20 segundos.”

Reduz para ~140 caracteres, reforça o nome do produto logo no início (melhora reconhecimento de marca na SERP) e usa o tempo real '20 segundos' já citado no corpo da página, tornando a promessa mais concreta e crível.

Posicionamento Competitivo

28 /100

O site define bem a mecânica do produto (medir, não opinar) mas não estabelece nenhuma categoria de mercado nem menciona concorrentes, alternativas ou preço — a página vive isolada, sem contexto competitivo algum. Não há prova social de terceiros nem qualquer sinal de comparação com outras ferramentas de auditoria de site.

O que está funcionando

- A frase de abertura 'A gente não opina sobre o seu site. A gente mede.' cria uma diferenciação implícita clara contra auditorias manuais/opinativas, mesmo sem citar concorrentes.
- As '5 frentes avaliadas' dão uma estrutura de feature concreta e memorável (conteúdo, conversão, SEO, posicionamento, marca).
- A promessa de tempo ('leva cerca de 20 segundos') é um diferencial de fricção que funciona como posicionamento indireto de velocidade.

O que ajustar

CRITICAL

Nenhuma categoria de mercado declarada

'Adicionar uma frase que ancore o produto numa categoria reconhecível, ex: 'A alternativa por IA a agências de auditoria de site e ferramentas de SEO genéricas', para que o visitante saiba com o que comparar o Audit-Hero.

Impacto: Reduz a fricção cognitiva de 'o que é isso' e melhora taxa de conversão de visitantes vindos de busca comparativa.

HIGH

Zero menção a concorrentes ou alternativas

'Criar uma seção ou página 'Audit-Hero vs auditoria manual / vs SEMrush / vs relatório de agência' explicando por que a IA multi-analista é superior.

Impacto: Páginas 'vs' capturam tráfego de busca de alta intenção comparativa e aceleram decisão de compra.

HIGH

Preço ausente na landing

'Mostrar ao menos a faixa de preço do relatório completo (mesmo que o diagnóstico inicial seja grátis), com ancoragem contra o custo de uma auditoria manual/agência.

Impacto: Falta de preço aumenta abandono por incerteza e impede comparação direta com alternativas pagas.

MEDIUM

Nenhuma prova social de terceiros

'Incluir depoimentos, número de sites já auditados, ou selo de destaque em diretório (Product Hunt, G2, etc.) para gerar confiança.

Impacto: Prova social de terceiros costuma elevar conversão em landing pages de SaaS novo em 10-20%.

MEDIUM

Diferenciação de features não é comparada a nada

'Ao listar as 5 frentes, adicionar um contraste explícito: 'Diferente de ferramentas de SEO isoladas, o Audit-Hero também avalia posicionamento e marca'.

Impacto: Torna o valor das 5 frentes tangível ao invés de apenas descritivo.

Reescritas sugeridas

Home (H1/subheadline)

Antes:

“A gente não opina sobre o seu site. A gente mede. Cinco frentes avaliadas: conteúdo, conversão, SEO, posicionamento e marca.”

Depois:

“Enquanto uma auditoria de agência opina e demora dias, o Audit-Hero mede seu site em 20 segundos com 5 analistas de IA — conteúdo, conversão, SEO, posicionamento e marca — e mostra exatamente o que corrigir primeiro.”

Introduz um contraste implícito com o método tradicional (agência/opinião humana) e reforça o diferencial de velocidade, criando uma categoria de comparação sem precisar nomear concorrentes diretos.

Home (CTA/rodapé)

Antes:

“Diagnóstico gratuito · leva cerca de 20 segundos”

Depois:

“Diagnóstico gratuito em 20 segundos — sem cadastro, sem esperar um analista humano te responder em 3 dias”

Ancora o benefício de velocidade contra a alternativa real que o visitante está comparando mentalmente (agência ou freelancer), fortalecendo o posicionamento sem citar concorrentes por nome.

Marca, Confiança & Crescimento

34 /100

A landing page do Audit-Hero comunica bem o que o produto faz e tem um CTA único e direto, mas não constrói nenhuma confiança de marca (zero prova social, zero equipe, zero sobre) e não deixa claro como o negócio ganha dinheiro além do diagnóstico gratuito. Não há loops de crescimento nem qualquer sinal de retenção pós-uso.

O que está funcionando

- H1 direto e diferenciador — 'A gente não opina sobre o seu site. A gente mede.' — já posiciona o produto contra concorrentes que dão opinião genérica.
- Proposta de valor quantificada e específica: 5 frentes nomeadas (conteúdo, conversão, SEO, posicionamento, marca) em vez de uma promessa vaga de 'melhorar seu site'.
- Fricção mínima no CTA: 'Diagnóstico gratuito · leva cerca de 20 segundos' reduz a barreira de entrada para o primeiro uso.

O que ajustar

CRITICAL	Zero prova social ou sinal de credibilidade 'Adicionar pelo menos um elemento de confiança acima da dobra ou logo abaixo do CTA: número de sites já auditados, um exemplo real de nota gerada, ou uma citação de quem usou o Audit-Hero. <i>Impacto: Prova social costuma elevar taxa de conversão de landing pages de ferramenta em 15-30%</i>
HIGH	Modelo de monetização invisível 'Explicitar o que acontece depois do diagnóstico gratuito (relatório completo é pago? assinatura? relatório único?) para alinhar expectativa e evitar abandono no funil de upgrade. <i>Impacto: Reduz fricção e reclamação no momento do upsell, aumenta conversão free-to-paid</i>
HIGH	Nenhum loop de crescimento embutido 'Adicionar compartilhamento do relatório (ex: 'compartilhe a nota do seu site') ou incentivo a indicar outro site/pessoa para auditar, com algum benefício mútuo. <i>Impacto: Loop de indicação pode gerar aquisição orgânica sem custo de mídia</i>
MEDIUM	Nenhuma captura de contato para retenção 'Capturar e-mail junto com a URL antes ou depois do diagnóstico, para permitir reengajamento (ex: 're-audite seu site em 30 dias e veja a evolução'). <i>Impacto: Cria base para nurture e reduz dependência de tráfego novo a cada visita</i>
MEDIUM	Cross-sell com a marca-mãe TechHero não é explorado 'Usar o rodapé 'Audit-Hero · um produto TechHero' como ponte ativa: linkar para outros produtos/serviços da TechHero relevantes ao resultado da auditoria (ex: se SEO for fraco, oferecer serviço de SEO da TechHero). <i>Impacto: Abre caminho de upsell natural a partir de uma dor já diagnosticada</i>

Reescritas sugeridas

Home / Hero

Antes:

“A gente não opina sobre o seu site. A gente mede.”

Depois:

“A gente não opina sobre o seu site. A gente mede — e já auditamos [N] sites este mês.”

Mantém a força do posicionamento original, mas insere um número (mesmo que pequeno) para dar peso social imediato à afirmação.

Home / abaixo do CTA

Antes:

“Diagnóstico gratuito · leva cerca de 20 segundos”

Depois:

“Diagnóstico gratuito · leva cerca de 20 segundos · relatório completo em PDF disponível na sequência”

Deixa explícito que existe uma etapa seguinte (o produto pago), preparando o usuário para o upsell em vez de surpreendê-lo depois.

O que os concorrentes fazem

Dimensão	techhero.dev.br	neilpatel.com	similarweb.com	resultadosdigitais.com.br
Headline	—	—	Win Your Market with AI-Powered Digital Data	O Portal de Marketing e Vendas da RD Station
Pricing visível	—	Não	Sim	Sim
CTAs	—	—	Contact Data, Pricing	Começar agora, Demonstrações de Marketing
Depoimentos	—	Não	Sim	Sim
Social	—	0	5	5

MAIOR AMEAÇA

RD Station é a maior ameaça por operar no mesmo idioma e mercado (BR), com autoridade de marca estabelecida e CTAs de demonstração segmentados por área, capturando a atenção de quem busca ferramentas de marketing digital antes de chegar a uma auditoria de nicho.

MAIOR OPORTUNIDADE

O site analisado deveria atacar a lacuna de transparência de preço e prova social combinada com especificidade técnica, algo que nenhum dos dois concorrentes oferece de forma tão direta quanto uma auditoria instantânea e acionável.

Diferenciação e posicionamento

Similarweb ocupa o território de inteligência de mercado e dados competitivos em escala global, RD Station ocupa o território de conteúdo educacional e funil de marketing/vendas no Brasil, e o site analisado deveria ocupar o nicho específico de diagnóstico técnico automatizado e acionável para donos de site que não têm equipe de marketing.

Recomendações competitivas

- 01 Adicionar pricing visível na home (mesmo que só 'a partir de R\$X'), seguindo o exemplo de ambos os concorrentes que reduzem fricção mostrando valor
- 02 Reforçar o headline com benefício claro (ex: 'Descubra em 2 minutos por que seu site não vende'), em vez de descrição literal da funcionalidade
- 03 Incluir depoimentos ou provas sociais na página, replicando o que Similarweb e RD Station já fazem para gerar confiança
- 04 Adicionar múltiplos CTAs segmentados por intenção (ex: 'Ver relatório de exemplo' vs 'Auditar meu site agora'), como faz a RD Station com suas demos por área

- 05 Investir em presença social (LinkedIn/Instagram) para construir autoridade, já que ambos concorrentes usam múltiplos canais para nutrir audiência antes da conversão

O caminho recomendado

Ganhos rápidos (esta semana)

- 01 Adicionar seção de prova social com 3-5 exemplos reais de auditorias já feitas (nome do site, score, 1 insight gerado)
- 02 Implementar JSON-LD (schema.org) básico para a landing page
- 03 Adicionar Open Graph tags (og:title, og:description, og:image) para compartilhamento
- 04 Adicionar <link rel="canonical"> na página
- 05 Mostrar um preview/screenshot do relatório gerado antes do CTA de entrada de URL
- 06 Reescrever pelo menos 2-3 blocos de copy trocando 'o que o produto faz' por 'o que o visitante ganha' (benefício, não feature)
- 07 Adicionar 1 imagem otimizada com alt text (mesmo que seja o preview do relatório)

Médio prazo (1-3 meses)

- 01 Criar seção de pricing/pacotes visível na landing, com ao menos uma ancoragem de valor
- 02 Declarar categoria de mercado explicitamente (ex: 'auditoria de site automatizada' vs 'agência de CRO') e posicionar contra alternativas existentes (agências, ferramentas manuais)
- 03 Produzir conteúdo de suporte/educação (SEO) explicando as '5 frentes' em profundidade, com exemplos
- 04 Implementar loop de crescimento: captura de e-mail pós-diagnóstico + opção de compartilhar o resultado (social share do relatório)
- 05 Adicionar seção 'sobre'/equipe para construir confiança de marca

Iniciativas estratégicas (3-6 meses)

- 01 Construir ativo de prova social composto (casos de uso, antes/depois, depoimentos de clientes reais) como parte do funil, não só da landing page
- 02 Desenhar modelo de monetização explícito além do diagnóstico gratuito (upsell claro para relatório pago ou consultoria) e comunicá-lo na página
- 03 Explorar cross-sell estruturado com a marca-mãe TechHero, criando funil de distribuição recíproco
- 04 Posicionar a marca como categoria própria no mercado de auditoria de sites, com conteúdo e parcerias que sustentem essa narrativa competitiva