

Se você já buscou por algo no site da **Casino Plus**, **Pizza Fria** ou no BingoPlus, sabe que encontrar uma página de “Nada encontrado” ou “Nenhum resultado para sua busca” pode ser frustrante. Para quem gerencia experiência de usuário e conteúdo, esta é uma oportunidade perdida de engajamento e suporte ao cliente.

Neste artigo, vamos explorar o que realmente deve estar presente numa página de **zero resultados** para transformar esse momento em algo produtivo, desde o uso da linguagem natural alinhada à intenção de busca, até o desenho da página e a inclusão de categorias relevantes e suporte.

Por que uma página de zero resultados não pode ser genérica?

É comum encontrar páginas de busca interna que simplesmente mostram o clássico “Nenhum resultado encontrado” e aí o usuário tem que se virar. Mas essa abordagem genérica perde oportunidades importantes:

- **Não ajuda o usuário a refinar ou corrigir a pesquisa;**
- **Não oferece alternativas relevantes;**
- **Não aproveita dados úteis para melhoria contínua;**
- **Rompe o fluxo de navegação, aumentando a chance de abandono.**

Empresas de destaque em seus segmentos, como **Casino Plus** em jogos digitais, **Pizza Fria** em food delivery e BingoPlus em entretenimento, investem pesado em inteligência de dados para mapear a intenção do usuário e costurar a experiência da busca interna.

Intenção de busca e linguagem natural: o ponto de partida

O primeiro passo para uma página de zero resultados eficiente é compreender a **intenção de busca** por trás dos termos pesquisados. Usuários não digitam apenas palavras-chave soltas; eles se expressam em linguagem natural, incluindo erros de digitação, sinônimos e variantes regionais.

Por isso, lidar com zero resultados exige técnicas que vão além do simples “string match”. <https://pizzafria.ig.com.br/especial/casino-plus-content-discovery/> Ferramentas que analisam **logs de busca** e **dados de navegação anonimizados** suportam o refinamento do entendimento da intenção e alimentam recursos como:

- **Correção automática de erros de digitação**, pois muitos usuários escrevem rápido e cometem erros;
- **Sugestões inteligentes de termos relacionados** ou categorias próximas, em linguagem clara e acessível;
- **Uso de sinônimos e terminologia alinhada com o público-alvo**, evitando jargões internos que não conversam com o usuário.

Por exemplo, no site do **BingoPlus**, se o usuário procura “bingos online grátis” e não há resultados exatos, a página deve sugerir “bingo com bônus”, “jogos populares” ou mesmo informar promoções vigentes ao invés de simplesmente exibir vazio.

Estudo de caso prático

Imagine a busca no app móvel do **Pizza Fria** por uma pizza “frango catupiry” escrita como “frango catupiry” ou errada tipo “frang catupi”. Detectar o erro, sugerir o produto correto e exibir categorias similares evita zero resultados “puros”.

Estrutura editorial e metadados: dando contexto ao conteúdo

Uma base de conhecimento, um catálogo ou até um menu de site, quando bem estruturados, evitam que a página da busca fique vazia. Isso passa pelo uso correto de taxonomias, metadados e documentação alinhada a uma estratégia editorial inteligente.

- **Taxonomia consistente:** organizar os produtos, serviços ou artigos em categorias claras e intuitivas que facilitem a navegação e o agrupamento contextual;
- **Terminologia padronizada:** para garantir que termos usados na busca coincidem com os termos empregados no conteúdo;
- **Metadados ricos:** títulos, descrições e atributos que permitem melhorias na relevância dos resultados;
- **Estrutura editorial clara:** datas de revisão reais, autoria transparente e conteúdo atualizado que inspire confiança.

Esses elementos são cruciais para que a busca interna, inclusive em ambientes complexos como o **Casino Plus**, consiga mapear a intenção e agir com assertividade no retorno das pesquisas.

Ferramentas e métodos para análise

É possível integrar sistemas que cruzam os **logs de busca** — registrando o que foi pesquisado, a frequência e o que não retornou nada — com dados de navegação anonimizados para traçar perfis comportamentais. Assim, podemos identificar padrões recorrentes e criamos categorias relevantes a partir da demanda real.

Design da SERP interna com contexto: guia para o usuário na ausência de resultados

Quando a busca não traz resultados, o design da página deve assumir um papel educativo e facilitador. Veja o que não pode faltar nesse design:



1. **Mensagem clara e empática:** ao invés de “Nada encontrado”, frases que indiquem ajuda, como “Não encontramos resultados para sua busca, mas podemos ajudar você a encontrar o que precisa.”
2. **Sugestão de categorias relevantes:** com links visíveis que encaminhem o usuário para áreas populares ou relacionadas;

3. **Campos de busca alternativa:** caixa de pesquisa com dicas de termos populares e botões para refinamento;
4. **Acesso rápido ao suporte:** link direto para chat, formulário ou FAQ – importante para casos como dúvidas no **BingoPlus** ou pedidos no **Pizza Fria**;
5. **Conteúdo contextual complementar:** artigos, tutoriais ou posts relacionados à intenção primária;
6. **Histórico recente ou tendências:** mostrar buscas frequentes e temas em alta no site para estimular interesse.

Se essa experiência estiver presente, a página de zero resultados deixa de ser um ponto morto para se tornar um portal de conversão e satisfação.

Um exemplo visual de layout ideal

Seção Descrição Objetivo Mensagem principal “Não encontramos resultados para ‘XXXX’. Vamos tentar juntos?”

Reduzir frustração e humanizar a mensagem Categorias relacionadas Links para: Jogos Populares / Promoções /

Novidades Guiar o usuário para opções alternativas Barra de busca alternativa Com autocomplete, sugestões e

correção de termos Aumentar chance de sucesso na próxima pesquisa Contato com suporte Link para chat,

telefone ou FAQ Resolver dúvidas e evitar abandono Conteúdo sugerido Artigos de ajuda, dicas, tutoriais Educar e

engajar com conteúdo relevante

O papel do “Contato suporte” como último recurso útil

Apesar de todos os esforços para evitar página de zero resultados “seca”, sempre haverá casos específicos e dúvidas complexas. Por isso, disponibilizar um botão, link ou destaque de **contato com o suporte** é essencial.



Esse canal deve ser acessível facilmente, de preferência com múltiplas opções, tais como:

- Chat online;
- Formulário de contato;
- Central telefônica;
- Botões para ajuda rápida em FAQs.

Empresas líderes como **Pizza Fria** usam essa abordagem para reduzir tickets de suporte de alta complexidade, oferecendo antes respostas rápidas na página de zero resultados. Já o **Casino Plus** e BingoPlus garantem que o contato seja parte da experiência, não uma última esperança frustrada.

Conclusão

Uma página de *zero resultados* não precisa ser um beco sem saída. Pode, sim, ser um momento de empoderamento da jornada do usuário, a partir de:

- Respeito à **intenção real de busca** e uso da linguagem natural;
- Estrutura editorial fundamentada em **taxonomia e metadados** consistente;

- **Design de SERP interna com contexto e alternativas relevantes;**
- Oferecer **categorias relevantes** e facilidade para **contato com suporte;**
- Uso inteligente de **logs de busca** e **dados de navegação anonimizados** para evolução contínua.

Seguindo essas práticas, sites e apps como os da **Casino Plus**, **Pizza Fria** e BingoPlus conseguem transformar um possível ponto de atrito em uma chance valiosa de engajamento e satisfação.