



PROFISSIONALIZANDO

Conteúdo que te motiva a ser melhor.

PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DE SEO PARA SITES



SOBRE O TERMO SEO

Search Engine Optimization “otimização para motores de busca”.

Se você é novo no mundo SEO, provavelmente deve ficar confuso às vezes. Existem toneladas de siglas e termos que as pessoas jogam na web! Se você não conseguir entender o que estão falando, poderá ficar frustrado antes mesmo de começar.

Nesse E-book você verá um resumo básico de como funciona todo o processo. Vamos explicar o que certos termos significam, bem como o processo de desenvolvimento de um site e seu aperfeiçoamento.

Então, vamos começar.



SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 1 |
| 1 - ESCOLHER UM NICHOS | 2 |
| 2 - CONTRATAR UM DOMÍNIO E HOSPEDAGEM | 3 |
| 3 - KEYWORDS (PALAVRA CHAVE) | 4 |
| 4 - CRIANDO O CONTEÚDO | 6 |
| 5 - TAGS DE METADESCRIÇÃO | 10 |
| 6 - MARCAÇÃO DE DADOS ESTRUTURADOS | 13 |
| 7 - ORGANIZE A HIERARQUIA DO SITE | 15 |
| 8 - OTIMIZE SEU SITE | 21 |
| 9 - IMAGENS | 25 |
| 10 - DISPOSITIVOS MÓVEIS | 27 |
| 11 - PROMOVENDO SEU SITE | 30 |
| 12 - ANALISAR O COMPORTAMENTO DO USUÁRIO E O DESEMPENHO DO SITE NA PESQUISA | 31 |

INTRODUÇÃO

No caso de você ter ou gerenciar qualquer site que esta ou aparece em pesquisas Google, este E-book é para você! você que é proprietário de uma empresa, dono de sites, tem alguma pagina Web ou quer aprender mais sobre SEO, você que quer ter uma noção geral de fundamentos de SEO de acordo com as práticas recomendadas do Google, este E-book não fará seu site automaticamente ir para o primeiro lugar da Pesquisa Google, porém, ao seguir as práticas recomendadas, você facilita o trabalho dos mecanismos de pesquisa: rastrear, indexar e entender seu conteúdo.

Em geral, (SEO) se dá com a pequenas modificações em diversas partes do seu site, mudanças que podem parecer pequenas melhorias quando vistas individualmente, mas, combinadas com outras otimizações, trarão resultados notáveis da pesquisa orgânica. Nesse E-book serão apresentados temas essenciais para qualquer página da Web, seguindo esses temas seu site será beneficiado e melhor Rankeado em pesquisas, para cada vez mais melhorar a experiência dos usuários. Um desses usuários é o mecanismo de pesquisa, esse mecanismo é usado pelo Google, que ajuda outros usuários a descobrir seu conteúdo. Com SEO, você faz com que esses mecanismos de pesquisa consigam achar e apresentar seu conteúdo.

Os temas deste E-book são relevantes para sites de todos os tipos e tamanhos.



1-ESCOLHENDO UM NICHU

No Caso de estar iniciando um site do zero, a escolha do nicho é interessante para que mais a frente você saiba tomar melhores decisões para direcionar as ferramentas SEO

Exemplos de nichos em alta:

Moda e Acessórios. Moda é um dos principais nichos do comércio eletrônico. ...

Cosméticos e Perfumaria. ...

Estilo de vida e Saúde. ...

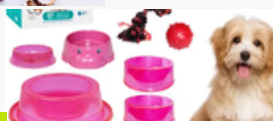
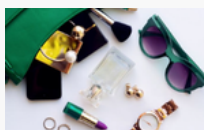
Casa e Decoração. ...

Eletrônicos e eletrodomésticos. ...

Alimentos e Bebidas. ...

Esporte e Lazer. ...

Artigos para pets.



Normalmente os nichos se dividem em 2 ramificações.

1) Nicho "Evergreen" que sempre estão em alta. Este geralmente pode ser de cuidados com a saúde, como ficar rico, ou relacionamentos.

2) Nicho ou mercado da sua area, Por exemplo, Marcenaria.

Se você já possui uma página pode pular o conteúdo para o capítulo **4-CRIANDO CONTEÚDO**.



2-CONTRATAR UM DOMÍNIO E HOSPEDAGEM



Se você está fazendo SEO, você deverá ter seu próprio domínio e hospedagem.

Após decidir o nicho a próxima etapa é escolher o nome do site, é recomendado ter um nome relacionado com o seu nicho, com o seu negócio, e não muito focado em uma só keyword (palavra-chave). Para ver os domínios que estão disponíveis, verifique no portal registro.br.

Basta digitar o nome de domínio desejado e verificar se esta disponível.

Por exemplo, se você selecionou o nicho de beleza, o nome deve ser algo que remeta a isso: Maisbelas, Belesamais,etc...

Evite nomes muito longos e de difícil memorização ou escrita.

Depois de escolher o domínio (nome), contrate uma hospedagem do domínio, para então ter o site no www.

O mais sensato ao escolher um serviço de hospedagem é pesquisar a reputação de cada empresa pelo próprio Google.

Existem milhares de empresas que oferecem este serviço, tanto empresas nacionais como estrangeiras, com preços realmente atrativos (R\$15,00/ mês).



3- KEYWORDS (PALAVRAS-CHAVE)

Aqui começa efetivamente o trabalho de SEO

Keywords, são palavras de busca que o usuário digita no Google quando está procurando algo.

Por exemplo, se estou tentando perder peso. Eu poderia procurar no Google o seguinte:

“Como perder peso”

“Como queimar gordura”

“Como perder 5 quilos em 2 semanas”, Etc.

Essas pesquisas são keywords e extremamente importantes, para que o Google classifique o seu site por diferentes keywords. Com certas keywords você vai gerar mais visitantes ou mais "tráfego segmentado",

O Google possui uma ferramenta chamada “Google Keywords Tool”.

É assim que você vai encontrar a keyword mais procurada ou que mais se assemelha com o seu nicho.

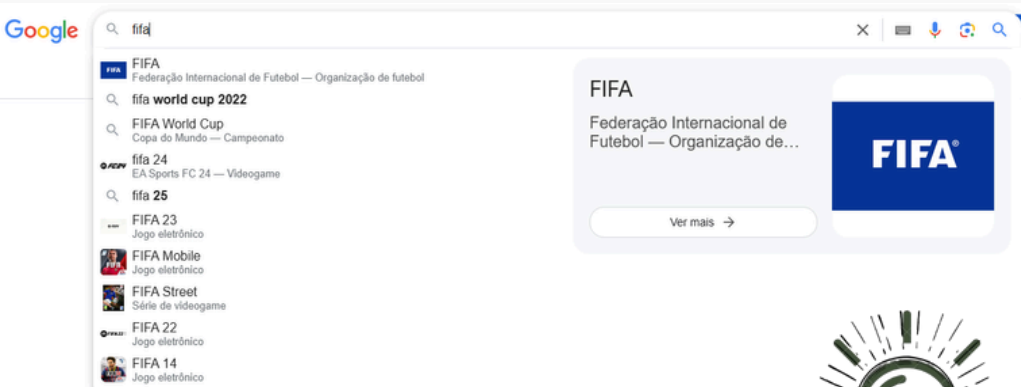


3 - KEYWORDS (PALAVRAS-CHAVE)

Pense nas palavras para pesquisar um conteúdo, usuários que **sabem bastante** sobre esse conteúdo podem usar Keywords diferentes daquelas usadas pelos que **não sabe muito** sobre o assunto.

Exemplo: um fã de futebol pode pesquisar por "fifa", ao invés de **Fédération Internationale de Football Association**, e outro fã pode fazer uma consulta mais genérica como "finais de futebol".

Prever essas diferenças no comportamento de pesquisa ao criar conteúdo (usando boas combinações de Keyword) maximiza os resultados. Além disso, o **Google Search Console** apresenta as principais consultas de pesquisa que levam à exibição do seu site nos resultados e aquelas que levaram a maioria dos usuários ao seu site.



5 Repare que na pesquisa do exemplo os principais resultados foram de jogos e não efetivamente do esporte.



4-CRIANDO O CONTEÚDO

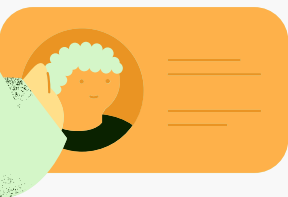
Após pesquisas e estudo o conteúdo a ser publicado deve seguir diretrizes SEO que os navegadores usam para Ranquear seu site :

Sempre use Títulos no início da pagina, verifique a ortografia e lembre-se que a grande maioria das pessoas possuem um nível de leitura semelhante a de um aluno de 7ª série, então tenha sempre em mente não usar frequentemente palavras grandes ou complicadas no texto.

Use:

A keyword que você escolheu vai servir de “alvo” esse “alvo” será usado múltiplas vezes em seu artigo ou publicação:

- No título
- Heading Tags (Formatação de cabeçalho) (H1, H2, H3)
- Em Negrito, itálico, sublinhado e



4-CRIANDO O CONTEÚDO

Quando o Googlebot rastreia uma página, ele a verá da mesma maneira que um usuário comum. Sempre permita que o Google tenha acesso ao JavaScript, à CSS e aos arquivos de imagem usados no site.

Use a Ferramenta de inspeção de URL, com ela você tem uma visão exata de como o Google vê e renderiza o conteúdo, além de ajudar para identificar e corrigir vários problemas no site. Crie títulos de página precisos e exclusivos

Um elemento <title> informa ao usuário e aos mecanismos de pesquisa qual é o tema de uma página específica, coloque o elemento <title> no elemento <head> do documento HTML e crie um texto de título exclusivo para cada página no seu site. Ou seja, sempre use a ferramenta de Título da sua plataforma de site.

Aqui está um exemplo de formatações do estilo HTML caso seu criador de sites não forneça, nesse caso faremos um título de “Jogo de futebol” .

```
<html>
```

```
<head>
```

```
<title>Jogo de futebol – Palavra chave 1,Palavra chave 2</title>
```

```
<meta name="description" content="Assunto do blog ou  
artigo.">
```

```
</head>
```

```
<body>
```

O elemento <title> da página inicial pode ser o nome do seu negócio ou site e pode incluir outras informações, como a localização, os objetivos ou ofertas da empresa.



4-CRIANDO O CONTEÚDO

Descreva com precisão o conteúdo da página e escolha um texto para o título que soe natural e que comunique com eficiência o conteúdo da página.



Evite:

- Usar texto no elemento <title> que não tenha relação com o conteúdo da página.
- Usar um texto padrão ou vago, como "Sem título" ou "Nova página 1".
- Usar um único título em todos os elementos <title> nas páginas do site ou em um grande grupo de páginas.
- Usar textos muito longos em elementos <title> que não são úteis para os usuários.
- Usar muitas palavras-chave desnecessárias no elemento <title>.



4-CRIANDO O CONTEÚDO



Use:

- Verifique se cada página do site tem um texto exclusivo no elemento <title>, isso ajuda o Google a diferenciá-las.
- Os elementos <title> podem ser curtos e informativos. Se o texto no elemento <title> for muito longo ou considerado menos relevante, o Google vai mostrar apenas uma parte do texto no elemento <title> ou um link de título gerado automaticamente no resultado da pesquisa.
- Sempre que possível use a mesma formatação para todos os títulos do site, dessa forma a procura dos bots do Google se tornam padrão e mais rápidas



5- TAGS DE METADESCRIÇÃO



A tag de metadescrição fornece ao Google e a outros mecanismos de pesquisa um resumo do conteúdo da página. O título pode ser formado por algumas palavras ou uma expressão. Já a tag de metadescrição pode conter uma ou mais frases ou um parágrafo curto. Assim como o elemento <title>, a tag de metadescrição é colocada no elemento <head> do documento HTML.

Quais são os benefícios das tags de metadescrição?

As tags de metadescrição podem ser usadas pelo Google como snippets para suas páginas nos resultados da pesquisa. Lembre-se "podem ser usadas" porque o Google também pode optar por usar um trecho do conteúdo da sua página, caso essa seção tenha um bom nível de correspondência com a consulta do usuário. A adição de tags de metadescrição a cada uma das páginas é uma prática indicada para garantir a exibição do snippet quando o Google não conseguir encontrar um trecho de texto para exibir.

Escreva uma descrição informativa e interessante para os usuários. Não há tamanho mínimo nem máximo para o texto da tag, mas é recomendado que apareça por inteiro na Pesquisa (inteira no quadrado verde, sem os 3 pontinhos). Os usuários podem ver snippets de tamanhos diferentes dependendo de como e onde pesquisam.



5- TAGS DE METADESCRIÇÃO

- 01** Ter uma tag de metadescrição diferente para cada página ou post beneficia os usuários e o Google, se o site tiver milhares ou mesmo milhões de páginas, provavelmente não será viável criar manualmente tags de metadescrição para todas elas. Nesse caso, você pode gerar tags de metadescrição automaticamente com base no conteúdo de cada página.
- 02** Use cabeçalhos significativos para indicar tópicos importantes e ajude a criar uma estrutura hierárquica para o conteúdo, facilitando a navegação dos usuários no documento.
- 03** Use as tags de cabeçalho onde elas fizerem sentido. Muitas tags de cabeçalho podem dificultar a vida do usuário na hora de analisar o conteúdo e entender onde um tópico termina e outro começa.
- 04** Como se estivesse planejando a estrutura de um grande artigo, decida quais são os temas e os subtemas do conteúdo na página e onde usar as tags de cabeçalho adequadamente.

5- TAGS DE METADESCRIÇÃO

Evite:

- 01** Criar uma tag de metadescrição que não tem relação com o conteúdo da página.
Usar descrições genéricas como "Esta é uma página da Web" ou "Página sobre figurinhas de futebol".
Preencher a descrição somente com palavras-chave.
Copiar e colar todo o conteúdo do documento na tag de metadescrição.
- 02** Usar uma única tag de metadescrição em todas as páginas do seu site ou em um grande grupo de páginas.
- 03** Colocar texto em tags de cabeçalhos que não ajudariam na definição da estrutura da página.
Usar tags de cabeçalho quando outras tags como por exemplo: (forte importância e negrito) podem ser mais apropriadas.
Mudar de um tamanho de tag de cabeçalho para outro sem manter um padrão.
- 04** Uso excessivo de tags de cabeçalho em uma página.
Cabeçalhos muito longos.
Uso de tags de cabeçalho somente para estilizar o texto, e não para estruturar.

6-MARCAÇÃO DE DADOS ESTRUTURADOS

Dados estruturados são códigos que podem ser adicionados às páginas do seu site para descrever o conteúdo e ajudar os mecanismos de pesquisa a entenderem o que há nas suas páginas para ajudar você a atrair o tipo certo de cliente para seu negócio.

Por exemplo, se você tem uma loja on-line e vende uma bicicleta específica, o preço dela e os comentários dos clientes. Essas informações podem aparecer no snippet dos resultados da pesquisa para consultas relevantes. Isso é chamado de pesquisa aprimorada.

BICICLETA KSW XLT 100 21V SHIMANO ARO 29 FREIO A

...

A bicicleta KSW XLT 100 foi desenvolvida para quem quer realizar um passeio e pegar trilhas leves. Com seu quadro em alumínio (6061) T4 e T6, fornece segurança ...

R\$ 1.149,95 · Em estoque

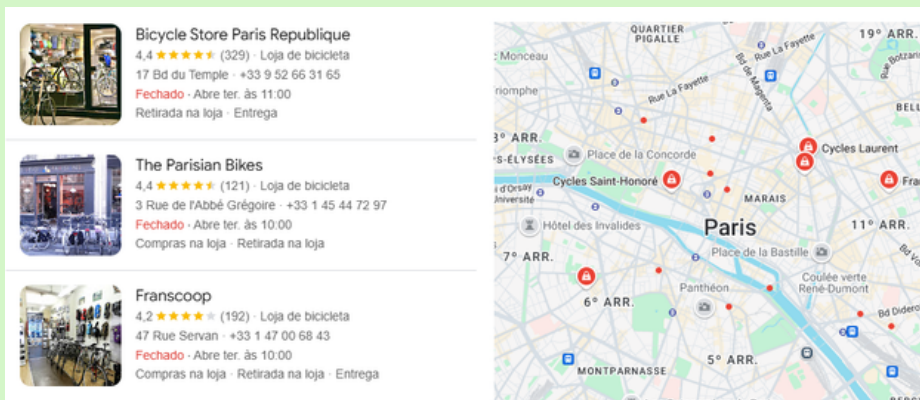
Você pode marcar muitas entidades relevantes para seu negócio:

- Produtos vendidos
- Localização da empresa
- Vídeos sobre seus produtos ou negócios
- Horários de funcionamento
- Listagens de eventos
- Receitas
- Logotipo da empresa e muito mais



6-MARCAÇÃO DE DADOS ESTRUTURADOS

Além das pesquisas aprimoradas, a marcação de dados estruturados também pode ser usada para exibir resultados relevantes em outros formatos. Por exemplo, se você tem uma loja física, ter uma marcação dos horários de funcionamento ajuda os possíveis clientes a localizar você e a saber se a loja está aberta no momento da pesquisa.



Bicycle Store Paris Republique
4.4 ★★★★★ (329) Loja de bicicleta
17 Bd du Temple · +33 9 52 66 31 65
Fechado · Abre ter. às 11:00
Retirada na loja · Entrega

The Parisian Bikes
4.4 ★★★★★ (121) Loja de bicicleta
3 Rue de l'Abbé Grégoire · +33 1 45 44 72 97
Fechado · Abre ter. às 10:00
Compras na loja · Retirada na loja

Franscoop
4.2 ★★★★★ (192) Loja de bicicleta
47 Rue Servan · +33 1 47 00 68 43
Fechado · Abre ter. às 10:00
Compras na loja · Retirada na loja · Entrega

The image also includes a map of Paris with red location markers for 'Cycles Laurent', 'Cycles Saint-Honore', and 'Cycles Laurent' in various arrondissements.

Use o Marcador de dados e o Assistente de marcação.

Se você quer experimentar a marcação estruturada sem ter de mudar o código-fonte do site, a opção é usar o marcador de dados, que é uma ferramenta integrada ao Search Console.

Evitem mudar o código-fonte do seu site quando não tiver certeza sobre como implementar a marcação.

Gerencie a apresentação do seu site nos resultados da Pesquisa Google, ter dados estruturados qualifica suas páginas para usufruírem de recursos especiais nos resultados da Pesquisa Google, como estrelas nas avaliações, resultados enfeitados, entre outros.



7-ORGANIZE A HIERARQUIA DO SITE

Os mecanismos de pesquisa precisam de um URL exclusivo para cada conteúdo para poderem rastrear, indexar e encaminhar os usuários para esse conteúdo. Conteúdos diferentes (por exemplo, produtos distintos em uma loja) e conteúdos modificados (por exemplo, traduções ou variações regionais) precisam usar URLs diferentes para serem exibidos adequadamente na pesquisa.

Os URLs geralmente são divididos em várias seções distintas:

protocol://hostname/path/filename?querystring#fragment

Exemplo:

<https://www.example.com/RunningShoes/Womens.htm?size=8#info>

O Google recomenda que todos os sites usem <https://> sempre que possível. "Nome do host" é onde seu site está hospedado, geralmente usa o mesmo nome de domínio que você usa como e-mail. O Google diferencia a versão com e sem [www](http://) (por exemplo, www.example.com ou apenas example.com). Ao adicionar seu site ao Search Console, recomendamos adicionar as versões <http://> e <https://>, além das versões www e não www.

O caminho, o nome do arquivo e a string de consulta determinam qual conteúdo do seu servidor é acessado. Essas três partes diferenciam maiúsculas de minúsculas, por isso FILE resultaria em um URL diferente de file. "Nome do host" e "protocolo" não diferenciam maiúsculas e minúsculas.

Um fragmento (neste caso, [#info](#)) geralmente identifica a parte da página para onde o navegador se desloca. Como o conteúdo em si costuma ser o mesmo seja qual for o fragmento, os mecanismos de pesquisa geralmente ignoram os fragmentos.



8-ORGANIZE A HIERARQUIA DO SITE

Ao fazer referência à página inicial, a barra final após o nome do host é opcional, porque leva ao mesmo conteúdo (<https://example.com/> é igual a <https://example.com>). No caso do caminho e do nome do arquivo, a barra final é vista como um URL diferente (que sinaliza um arquivo ou um diretório), por exemplo, <https://example.com/fish> não é o mesmo que <https://example.com/fish/>.



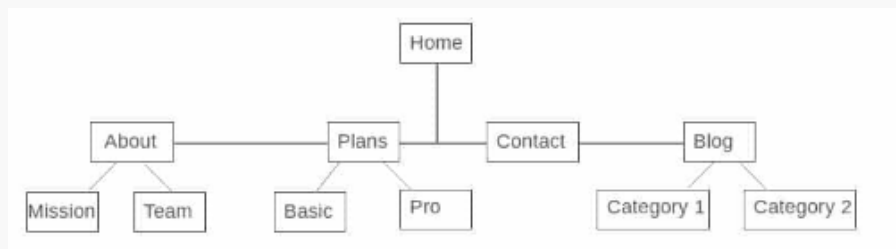
A navegação é importante para os mecanismos de pesquisa

A navegação do site ajudará os visitantes do site a localizarem rapidamente o conteúdo que eles buscam. Ela também ajuda os mecanismos de pesquisa a entenderem o conteúdo que o proprietário do site considera importante, embora os resultados da Pesquisa Google sejam fornecidos no nível da página, o Google também tenta entender qual é o papel de uma determinada página dentro do todo que é o site.



7-ORGANIZE A HIERARQUIA DO SITE

Planeje a navegação com base na sua página inicial



Todos os sites têm uma página inicial ou "raiz", que geralmente é a página mais acessada do site e o ponto de partida para a navegação dos visitantes. Considere como os visitantes vão navegar da página geral (raiz) para uma página com conteúdo mais específico. Se você tem muitas páginas sobre um tópico faria sentido ter uma página só com a descrição dessas páginas relacionadas (por exemplo, página raiz -> listagem de temas relacionados -> tema específico).

Use listas de navegação estrutural

A localização atual é uma linha de links internos na parte superior ou inferior da página que permite aos visitantes voltar rapidamente à seção anterior ou à página raiz.



7-ORGANIZE A HIERARQUIA DO SITE

Crie uma página de navegação simples para os usuários.

A página de navegação é uma página simples que exibe a estrutura do seu site e apresenta uma lista hierárquica das páginas que estão nele. Os visitantes podem acessar essa página se tiverem problemas para encontrar outras páginas em seu site. Embora essa página também seja visitada pelos mecanismos de pesquisa, oferecer uma boa cobertura de rastreamento das páginas é um recurso que ajuda principalmente as pessoas que visitam o site.

Crie uma hierarquia flutuante natural.

Facilite ao máximo o caminho que os usuários têm de percorrer do conteúdo geral para o mais específico no seu site. Adicione páginas de navegação quando for interessante e integre-as à sua estrutura interna de links. Confira se todas as páginas do site podem ser acessadas por links e se não é necessária uma funcionalidade de pesquisa interna para elas serem encontradas. Quando apropriado, vincule-as a páginas relacionadas para ajudar os usuários a descobrirem conteúdos semelhantes.

Use texto para a navegação

Controlar a maior parte da navegação de uma página a outra por links de texto ajuda os mecanismos de pesquisa a rastrear e entenderem seu site, exemplo: para mais informações sobre esse assunto clique [aqui](#) (e insira o link na palavra “aqui”).

Crie uma página de navegação para os usuários e um sitemap para os mecanismos de pesquisa

Disponibilize uma página de navegação geral do site (ou para as páginas mais importantes, se você tiver centenas ou milhares de páginas) que seja simplificada para os visitantes.



7-ORGANIZE A HIERARQUIA DO SITE

Mostre páginas 404 úteis

Pode acontecer de um usuário acessar a uma página que não existe no seu site, seja seguindo um link corrompido ou digitando um URL incorreto. Ter uma página 404 personalizada que direciona os usuários para outra em funcionamento melhora muito a experiência do usuário. Considere incluir um link para a página raiz e forneça links para os conteúdos mais acessados ou relacionados do site.



404. That's an error.

The requested URL was not found on this server. That's all we know.



URLs simples transmitem informações de conteúdo

Criar categorias e nomes de arquivo descritivos para os documentos no site ajuda a mantê-lo organizado e cria URLs otimizadas e mais simples para quem quiser vincular seu conteúdo. Os visitantes podem se sentir intimidados por URLs muito longos, complexos e com palavras incomuns.

URLs como os seguintes podem causar confusão e não ser muito amigáveis:

<https://www.brandonsbaseballcards.com/folder1/22447478/x2/14032015.html>

Cara de vírus concorda ?

<https://www.brandonsbaseballcards.com/article/ten-rarest-baseball-cards.html>

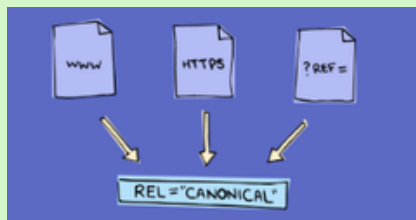
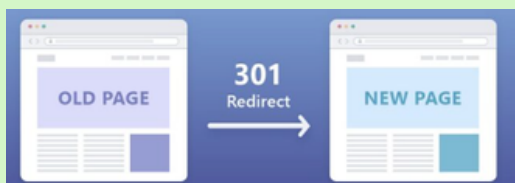
Cara de site concorda ?



7-ORGANIZE A HIERARQUIA DO SITE

Inclua uma versão de um URL para chegar a um documento

Para evitar que uma parte dos usuários vincule uma versão do URL e outra vincule uma versão diferente dele (o que poderia dividir a reputação desse conteúdo entre os URLs), procure usar e fazer referência a um URL na estrutura e no vínculo interno das suas páginas. Se você constatar que as pessoas estão acessando o mesmo conteúdo com vários URLs, uma boa solução será configurar um redirecionamento 301 de URLs não preferenciais para o URL dominante. Se não for possível redirecionar, também é possível usar o elemento do link `rel="canonical"`.



8-OTIMIZE SEU SITE

Deixar o site mais prático e interessante

A criação de conteúdo atraente e útil é o fator que provavelmente exercerá maior influência sobre o desempenho do seu site, mais que qualquer outro apresentado aqui. Os usuários sabem reconhecer bons conteúdos e estão propensos a direcionar outros usuários a eles. Esse redirecionamento pode ocorrer por postagens de blog, serviços de mídia social, e-mails, fóruns ou outros meios.

A propaganda orgânica (ou de boca a boca) é o que ajuda a construir a reputação do site com os usuários e o Google, e isso raramente se consegue sem conteúdo de qualidade.

Organize seus tópicos com clareza

Procure organizar seu conteúdo de modo que os visitantes tenham uma boa ideia de quando um tópico começa e outro termina. Dividir o conteúdo em seções coerentes ajuda os usuários a encontrar mais rápido o que eles buscam.

Deixe claro a especialidade e o reconhecimento do site

A especialidade e o reconhecimento de um site aumentam sua qualidade. É importante que o conteúdo do site seja criado ou editado por pessoas com experiência no assunto. Por exemplo, contar com fontes experientes ou reconhecidas ajuda os usuários a entenderem a especialidade das matérias. No caso de páginas sobre temas científicos, apresentar argumentos fundamentados em diferentes pontos de vista é uma boa prática.

Providenciar informação suficiente sobre o assunto do site

A criação de conteúdo de alta qualidade exige muito de, pelo menos, um dos seguintes aspectos: tempo, trabalho, especialização e talento/habilidade. Confira se o conteúdo esta, bem escrito e abrangente.



8-OTIMIZE SEU SITE

Evite anúncios que distraiam os usuários

Os anúncios precisam estar em locais visíveis. No entanto, os anúncios não devem distrair os usuários ou impedir que eles acessem o conteúdo do site. Por exemplo, anúncios, conteúdo suplementar ou páginas intersticiais (páginas exibidas antes ou depois do conteúdo do seu interesse) que dificultam o uso do site.



Formate os links para facilitar a identificação

Facilite aos usuários a distinção entre o texto normal e o texto âncora dos seus links. Seu conteúdo não vai ser útil se os usuários não conseguirem encontrar os links ou clicarem acidentalmente neles.

Pense também em textos âncora para os links internos

Normalmente, a vinculação é pensada somente em termos de direcionamento para sites externos, mas prestar mais atenção no texto âncora dos links internos pode ajudar os usuários e o Google a navegarem melhor no seu site.



8-OTIMIZE SEU SITE

Tenha cuidado ao vincular páginas

Ao vincular suas páginas, você pode acabar estendendo a reputação do seu site para outro site. Alguns usuários podem tentar se beneficiar disso inserindo links para os sites deles nas seções de comentários ou nos fóruns de mensagens do seu site, pode acontecer também de você mencionar um site de modo negativo e não querer estender sua reputação a ele. Por exemplo, imagine que você está publicando uma postagem sobre spam de comentários e quer mencionar um site que recentemente publicou spam nos comentários do seu blog. Você quer alertar as pessoas sobre esse site, então inclui no seu conteúdo um link que direciona a ele. No entanto, você não quer estender sua reputação ao site por conta desse link. Esse seria um bom momento para usar o atributo nofollow.

Outro exemplo de momento em que o atributo nofollow pode ser útil são links de widget, verifique se os widget contêm links que não deveriam estar no seu site. Alguns widgets podem adicionar links ao site que não fazem parte da escolha editorial e com textos âncora que você, como proprietário do site, não controla. Se a remoção desses links indesejados do widget não for possível, desative-os com o atributo nofollow. Se você criar um widget para a funcionalidade ou o conteúdo que você oferece, não deixe de incluir nofollow nos links no snippet de código padrão.

Por fim, se quiser usar o recurso nofollow em todos os links de uma página, adicione a tag `<meta name="robots" content="nofollow">` à tag `<head>` dela.



8-OTIMIZE SEU SITE

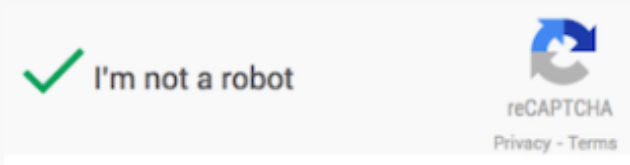
Combata o spam de comentários com nofollow

Para instruir o Google a não seguir nem transmitir a reputação da página às páginas vinculadas, defina o valor do atributo rel de um link como nofollow ou ugc. Não seguir um link significa adicionar rel="nofollow" ou um atributo mais específico, como ugc, dentro da tag âncora do link, como mostrado aqui:

```
<a href="https://www.example.com" rel="nofollow">Anchor text here</a>  
ou  
<a href="https://www.example.com" rel="ugc">Anchor text here</a>
```

Isso é muito útil se seu site tiver um blog com o recurso de comentários públicos ativado, eventuais links publicados nos comentários poderiam transmitir sua reputação para páginas em que você não confia. As seções de comentários do blog das páginas são altamente suscetíveis a comentários com spam. Não seguir esses links adicionados pelos usuários garante que você não estenderá a um site com spam a reputação que levou tempo para construir.

Um ótimo meio de evitar spam é usando CAPTCHAs e com ativação da moderação de comentários.



9-IMAGENS

Use imagens HTML

Use elementos de imagem HTML para incorporar imagens ao seu conteúdo.

Use os elementos HTML ou <picture>

A marcação HTML semântica ajuda os rastreadores a encontrar e processar imagens. Ao usar o elemento <picture>, também é possível especificar várias opções de tamanhos de tela diferentes para imagens responsivas. Também é possível usar o atributo loading="lazy" em imagens para que o carregamento da página seja mais rápido para os usuários.

Use o atributo alt

Forneça um nome de arquivo descritivo e uma descrição de atributo alt para as imagens. O atributo alt permite que você especifique um texto alternativo para a imagem se ela não puder ser exibida.



Se um usuário visualizar seu site usando tecnologias assistivas, como um leitor de tela, o conteúdo do atributo alt fornecerá informações sobre a imagem.



9-IMAGENS

Além disso, se você usar uma imagem como link, o texto alternativo dessa imagem será tratado da mesma maneira que o texto âncora de um link de texto. No entanto, quando os links de texto puderem dar conta dessa função, recomendamos evitar o uso excessivo de imagens para os links na navegação do site. Por fim, otimizar os nomes de arquivo e os textos alternativos das imagens facilita o trabalho que projetos como o Imagens do Google realizam para entender imagens.

Use nomes de arquivo e textos alternativos curtos, porém, descritivos

Como muitas das outras partes da página que são segmentadas para otimização, os nomes de arquivo e os textos alternativos funcionam melhor quando são curtos e descritivos.

Evite usar nomes de arquivo genéricos, como image1.jpg, pic.gif e 2.jpg.

Inclua um texto alternativo ao usar imagens como links

Se você optar por usar uma imagem como link, preencha o texto alternativo dela para ajudar o Google a entender mais sobre a página que você está vinculando. Imagine que você está criando o texto âncora de um link de texto.

Usar formatos de imagem padrão

Use os tipos de arquivo comumente aceitos. A maioria dos navegadores é compatível com imagens em JPEG, GIF, PNG, BMP e WebP. Também é uma boa ideia combinar a extensão do nome de arquivo com o tipo de arquivo.



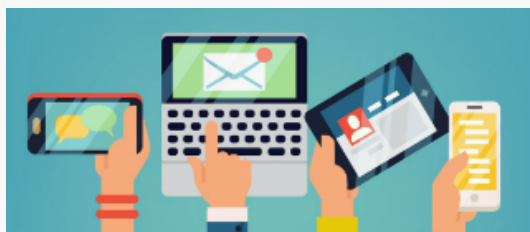
10-DISPOSITIVOS MÓVEIS

Adapte seu site para ser compatível com dispositivos móveis

Hoje o mundo é móvel. A maioria das pessoas que pesquisam no Google estão usando um dispositivo móvel. Uma versão para computador do site pode ser difícil de ver e usar em um dispositivo móvel. Como resultado, ter um site otimizado para dispositivos móveis é fundamental para manter sua presença on-line. Desde o final de 2016, o Google tem feito experimentos para usar, principalmente, a versão para dispositivos móveis do conteúdo de um site para classificação, análise de dados estruturados e geração de snippets.

Entender a diferença entre dispositivos

Smartphone: neste documento, o termo "dispositivo móvel" refere-se a smartphones, como dispositivos que executam Android, iPhone ou Windows Phone. Os navegadores de dispositivos móveis são semelhantes aos de computadores porque podem processar várias especificações do HTML5, apesar de a tela ser menor e de, na maioria dos casos, a orientação padrão da tela ser vertical.



Tablet: os tablets pertencem a uma classe própria. Portanto, quando falamos de dispositivos móveis, geralmente os tablets não estão incluídos nesta definição. Os tablets costumam ter telas maiores. Isso significa que, a menos que você ofereça conteúdo otimizado para tablets, supomos que os usuários esperam ver seu site como ele é visualizado no navegador de um computador, e não como visto em um smartphone.



10-DISPOSITIVOS MÓVEIS

Escolher uma estratégia para dispositivos móveis

Há várias maneiras de otimizar seu site para dispositivos móveis, e o Google oferece suporte a diferentes métodos de implementação:

Web design responsivo

Exibição dinâmica

URLs diferentes

Caso seu site veicule muito conteúdo estático (como postagens de blog ou páginas de destino do produto) em várias páginas, considere implementar esse conteúdo usando AMPs (Accelerated Mobile Pages). Elas são uma versão especial de HTML que acelera e otimiza seu site, e podem ser ainda mais aceleradas por várias plataformas, incluindo a Pesquisa Google.

Configurar os sites para dispositivos móveis para que sejam indexados com precisão

Qualquer que seja a configuração que você escolher para o site, observe os seguintes aspectos:

Se você usar a Exibição dinâmica ou tiver um site diferente para dispositivos móveis, sinalize para o Google quando uma página tiver formatação para dispositivos móveis (ou tiver uma página equivalente formatada para dispositivos móveis). Isso ajuda o Google a veicular seu conteúdo com precisão aos usuários nos resultados da pesquisa.



Ao usar o Web design responsivo, use a tag meta name="viewport" para informar ao navegador como ajustar o conteúdo. Se você usar a Exibição dinâmica, use o cabeçalho HTTP Vary para sinalizar suas mudanças dependendo do user agent. Caso use URLs separados, indique a relação entre dois URLs adicionando a tag <link> com os elementos rel="canonical" e rel="alternate" à página.



10-DISPOSITIVOS MÓVEIS

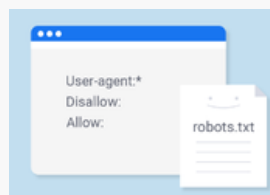


Mantenha os recursos rastreáveis. Bloquear recursos da página pode fornecer ao Google um resumo incompleto do seu site. Isso geralmente acontece quando o arquivo robots.txt bloqueia o acesso a alguns ou a todos os recursos

da página. Sem acesso aos recursos da página, como a CSS, o JavaScript ou as imagens, o Google talvez não consiga detectar que ela foi desenvolvida para exibir conteúdo e funcionar em navegadores de dispositivos móveis. Em outras palavras, a página talvez não seja lida como "compatível com dispositivos móveis" e, portanto, não seja exibida adequadamente aos usuários quando eles fizerem pesquisas nesses aparelhos.



Evite erros comuns que frustram os visitantes em dispositivos móveis, como vídeos que não podem ser exibidos.



As páginas para dispositivos móveis que oferecem uma experiência insatisfatória ao usuário podem ser rebaixadas nas classificações ou exibidas com um aviso nos resultados da pesquisa específica a esses dispositivos.

Forneça a funcionalidade completa em todos os dispositivos. Usuários de dispositivos móveis esperam encontrar os mesmos recursos (como os de páginas de comentários e de check-out) e conteúdo nos dispositivos móveis e em todos os dispositivos compatíveis com seu site. Além do conteúdo textual, confira se todas as imagens e todos os vídeos importantes foram incorporados e podem ser acessados em dispositivos móveis. Para os mecanismos de pesquisa, forneça todos os dados estruturados e outros metadados (como títulos, descrições, elementos de link e outras metatags) em todas as versões das páginas.



11-PROMOVENDO SEU SITE

Embora muitas vinculações ao site sejam feitas de modo gradual, por meio da pesquisa, o Google entende que você quer informar às pessoas como foi o trabalho de produzir conteúdo para seu site. Uma promoção eficiente dos novos conteúdos agiliza a descoberta por parte de pessoas diferentes que se interessam pelo mesmo assunto.

Uma boa maneira de promover seus novos conteúdos ou serviços é postar no blog informando os visitantes que algo novo foi adicionado. Outros proprietários que seguem seu site ou feed RSS também podem aproveitar o conteúdo.

A promoção off-line da empresa ou do site também pode trazer frutos. Por exemplo, se sua empresa tiver um site, não deixe de incluir o URL dele em cartões de visita, papéis timbrados e pôsteres. Outra opção é enviar newsletters por correio com regularidade aos clientes informando sobre os novos conteúdos do site da empresa.

Se você administra uma empresa local, reivindique o Perfil dela para alcançar clientes no Google Maps e na Pesquisa Google.

Conheça os sites de redes sociais

Sites que visam à interação e o compartilhamento de conteúdos entre usuários facilitaram o processo de atingir grupos de pessoas interessadas com conteúdos relevantes.

Evite

Promover todo e qualquer conteúdo criado por você.

Promova itens expressivos e interessantes.

Envolver o site em esquemas em que seu conteúdo é promovido artificialmente.

Comprar vinculações de outro site com o objetivo de subir no PageRank.



12-ANALISAR O COMPORTAMENTO DO USUÁRIO E O DESEMPENHO DO SITE NA PESQUISA

Como analisar seu desempenho na pesquisa

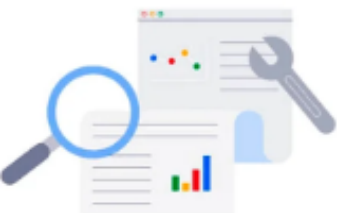
Os principais mecanismos de pesquisa, incluindo o Google, oferecem ferramentas para que os proprietários de sites analisem o desempenho neles. No Google, essa ferramenta é o Search Console.

O Search Console fornece duas importantes categorias de informação: O Google consegue encontrar meu conteúdo? Como está meu desempenho nos resultados da Pesquisa Google?

Usar o Search Console não ajuda seu site a receber um tratamento diferenciado. No entanto, isso pode ajudar a identificar problemas que, se corrigidos, ajudam o site a se sair melhor nos resultados da pesquisa.

Com o serviço, os proprietários de sites podem:

- ver em que partes do site o Googlebot encontrou problemas de rastreamento;
- testar e enviar sitemaps;
- analisar ou gerar arquivos robots.txt;
- remover URLs já rastreados pelo Googlebot;
- especificar um domínio de preferência;
- identificar problemas com as tags title e description meta;
- entender as principais pesquisas usadas para chegar a um site;
- ter uma ideia de como o Google vê as páginas;
- receber notificações de violações da política de spam e solicitar uma reconsideração do site.



12-ANALISAR O COMPORTAMENTO DO USUÁRIO E O DESEMPENHO DO SITE NA PESQUISA

Como analisar o comportamento do usuário no seu site

Se você melhorou o rastreamento e a indexação do seu site usando o Google Search Console ou outros serviços, provavelmente está curioso sobre o tráfego que chega a seu site. Programas de análise da Web como o Google Analytics são uma fonte de informações para saber isso. Você pode usar essas informações para:

- **receber insights sobre como os usuários chegam e se comportam no seu site;**
- **descobrir o conteúdo que está mais em alta no seu site;**
- **avaliar o impacto das otimizações feitas no site, por exemplo, se a mudança das tags title e description meta melhorou o tráfego proveniente dos mecanismos de pesquisa.**

Para usuários avançados, as informações fornecidas por um pacote de análise em combinação com os dados dos arquivos de registro do servidor podem fornecer informações ainda mais abrangentes sobre como os visitantes estão interagindo com seus documentos (como palavras-chave adicionais que os usuários usam para encontrar seu site).





PROFISSIONALIZANDO

Conteúdo que te motiva a ser melhor.

PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DE SEO PARA SITES