



Deseja saber o que é SEO e como ele funciona? Criamos este guia simples de SEO para você.

Uma das maiores perguntas que recebemos de nossos clientes aqui no marketing da Neto Menezes é: o que é SEO e como ele funciona? Para as empresas que estão apenas começando a criar seu site ou passar por uma reformulação do site, a otimização do mecanismo de pesquisa ou o SEO podem parecer um pouco intimidantes.

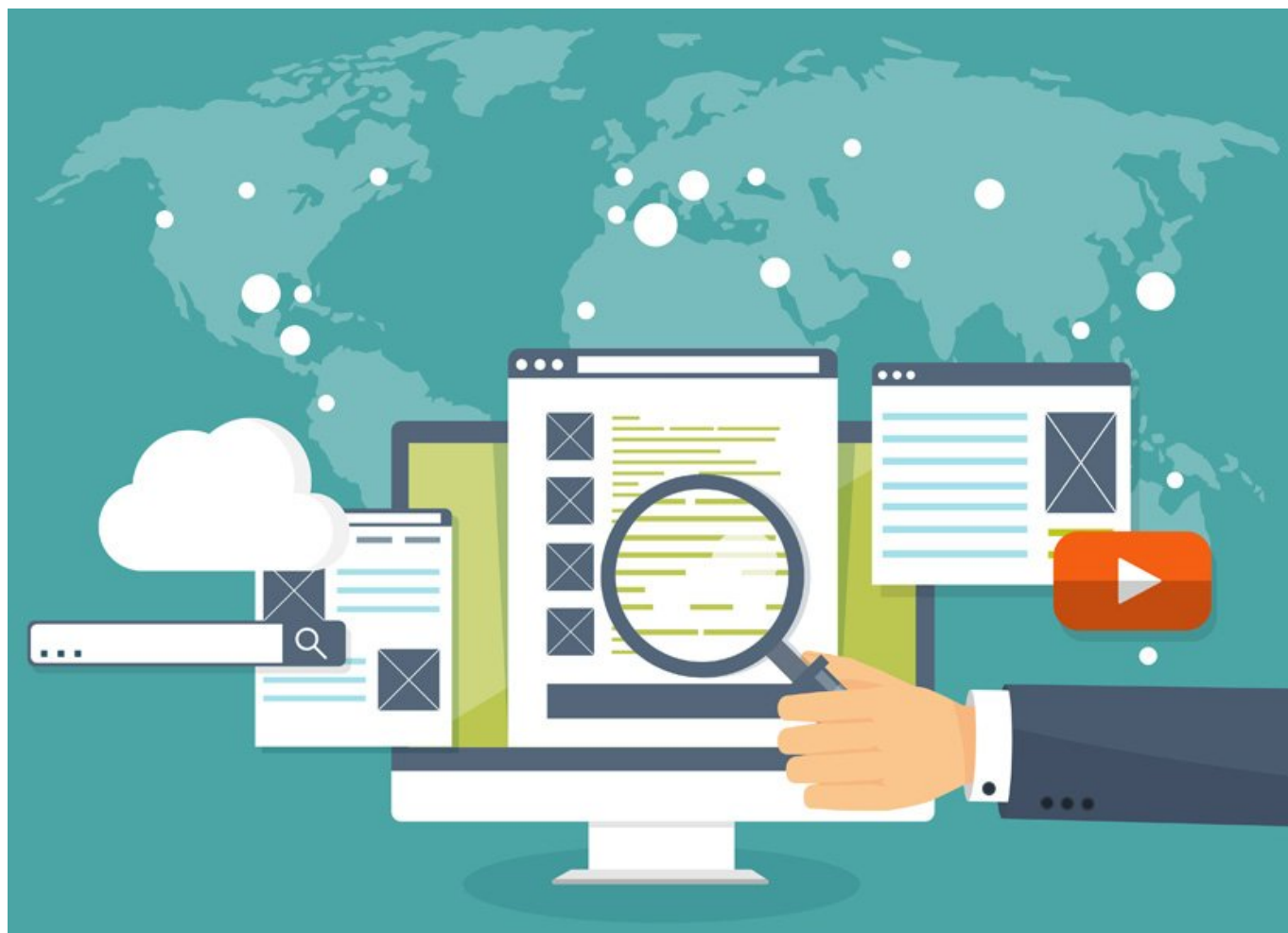
Mas não precisa ser assim.

Mesmo que você não tenha um funcionário de SEO experiente, ainda poderá começar a fazer algumas alterações positivas que ajudarão a melhorar a otimização do seu site no mecanismo de pesquisa. Com um pouco de conhecimento de SEO, você pode melhorar rapidamente o ranking dos mecanismos de pesquisa da sua marca.

Abaixo, forneceremos uma resposta para a pergunta de um milhão de dólares - o que é SEO e como ele funciona? Também abordaremos algumas noções básicas de SEO para que você possa entender melhor como isso afeta seus negócios e o que você precisa fazer para estar em boa forma.

Se você está aqui, provavelmente está se perguntando o que é SEO e como ele funciona. Vamos cavar mais fundo.

O que é SEO e como funciona



O que é SEO e como funciona para pequenas empresas

SEO é um acrônimo em inglês que significa search engine optimization (otimização de mecanismo de pesquisa), que é o processo de otimizar seu site para obter tráfego orgânico ou não pago a partir da página de resultados do mecanismo de pesquisa. Em outras palavras, o SEO envolve fazer algumas alterações no design e no conteúdo do site, que o tornam mais atraente para um mecanismo de pesquisa. Você faz isso na esperança de que o mecanismo de pesquisa exiba seu site como o principal resultado na página de resultados do mecanismo de pesquisa.



Embora a otimização do mecanismo de pesquisa possa se tornar bastante complexa quando se trata de todos os diferentes fatores que afetam sua classificação, o processo básico não é tão difícil de entender. Os mecanismos de pesquisa desejam fornecer o melhor serviço para seus usuários. Isso significa fornecer resultados nas páginas do mecanismo de pesquisa que não são apenas de alta qualidade, mas também relevantes para o que o pesquisador está procurando.

Para fazer isso, os mecanismos de pesquisa verificarão ou rastrearão sites diferentes para entender melhor do que se trata o site. Isso os ajuda a fornecer resultados mais relevantes para quem está procurando determinados tópicos ou palavras-chave. Da mesma forma, os mecanismos de pesquisa examinam o site para determinar como é fácil navegar e ler, recompensando sites amigáveis ao usuário com classificações mais altas na página de resultados do mecanismo de pesquisa.

SEO é o processo pelo qual as organizações passam para ajudar a garantir que o site seja classificado nos motores de busca com palavras-chave e frases relevantes. Por exemplo, digamos que você tenha um artigo sobre como construir uma casa de pássaros. Para colocar seu conteúdo na frente das pessoas certas, você deseja otimizar seu post neste blog para que ele apareça como o melhor resultado para quem pesquisa a frase “construir uma casa de passarinho”.

Existem muitos benefícios do SEO para o seu negócio. Ao melhorar seu SEO, você pode trabalhar para expandir sua visibilidade nos mecanismos de pesquisa. Isso ajuda você a alcançar e envolver mais clientes em potencial. Ao criar um conteúdo focado em SEO, mais envolvente e eficaz, você pode aumentar suas chances de gerar tráfego orgânico mais direcionado.



Fatores que impactam o SEO

Agora que você sabe o que é SEO e como ele funciona, vamos dar uma olhada em alguns dos fatores que podem afetar seu ranking de otimização de mecanismos de pesquisa. Gigante dos mecanismos de busca, o Google nunca divulgará o algoritmo exato que eles usam para classificar os sites. No entanto, temos um bom entendimento de alguns dos fatores que afetam a classificação da página de resultados dos mecanismos de pesquisa (SERP). Esses fatores incluem fatores on-page (dentro da página) e off-page (fora da página), que discutiremos abaixo.

Marketing de conteúdo

Antes de mergulharmos em alguns dos fatores de SEO on-page e off-page, vamos falar sobre o conteúdo. O conteúdo é eficaz para atrair os mecanismos de pesquisa e ajudar sua organização a fazer conexões com os visitantes do site.

Quanto mais conteúdo relevante e de qualidade você tiver em seu site, maior será a probabilidade de os motores de pesquisa classificarem suas páginas mais altas na página de resultados dos motores de busca. Da mesma forma, quanto mais conteúdo atraente e eficaz você tiver em seu site, maior será a probabilidade de seus visitantes passarem algum tempo com qualidade em seu site e talvez até fazer uma compra, contratar um serviço ou se inscrever em uma lista.

O segredo para criar conteúdo otimizado para os mecanismos de pesquisa e para os visitantes do site é criar uma variedade de tipos diferentes de peças de conteúdo bem escritas e sobre os tópicos mais relevantes para o seu público. Aqui estão apenas alguns tipos de conteúdo nos quais você pode se concentrar para ajudar a melhorar sua oferta de conteúdo e, assim, sua classificação nos mecanismos de pesquisa:



- Postagens e artigos do blog
- Conteúdo de mídia social
- Livros eletrônicos e white papers
- Guias de instruções e tutoriais
- Vídeos e gravações de áudio
- Infográficos ou outro conteúdo visual

Outra coisa importante a considerar ao criar conteúdo para o seu site são palavras-chave e frases de SEO. Estas são palavras e frases relevantes que um usuário do mecanismo de pesquisa pode digitar ao procurar respostas para suas perguntas ou produtos e serviços relevantes. Ao criar conteúdo com essas palavras-chave e frases, você aumenta suas chances de ter uma classificação mais alta para essas palavras-chave na página de resultados do mecanismo de pesquisa.

Outro fator que pode impactar o seu conteúdo e, portanto, a classificação do seu mecanismo de pesquisa, é o quão recente é o seu conteúdo. O frescor refere-se basicamente à frequência com que sua organização publica novo conteúdo em seu site. No entanto, a criação de conteúdo totalmente novo não é a única maneira de manter seu conteúdo atualizado. Você também pode atualizar seu conteúdo atualizando postagens, reescrevendo-as para torná-las mais eficazes ou adicionando novas informações e estatísticas ao longo do tempo.

Embora a criação de conteúdo leve tempo e recursos, você será mais do que recompensado no final. Os mecanismos de pesquisa adoram um ótimo conteúdo e os consumidores precisam de um conteúdo de qualidade para entender melhor o valor que sua organização pode fornecer. Comece criando algumas postagens no blog e trabalhe para criar seguidores nas mídias sociais. Depois de ter um grupo de fãs e seguidores leais, sua organização pode trabalhar para criar diferentes tipos de mídia para atrair e envolver novos leads.



SEO On-page

Os fatores de SEO on-page são os elementos que acontecem no seu site. Essas são as coisas sobre as quais você tem controle total, o que significa que você pode trabalhar para melhorar esses fatores ao longo do tempo, seguindo as práticas recomendadas para SEO. Isso vai além do marketing de conteúdo e atinge os níveis mais profundos do HTML do seu site.

Aqui estão apenas alguns dos fatores de SEO on-page que podem ajudá-lo a melhorar seu ranking de pesquisa:

- **Tag de título** - A tag de título em cada página informa aos mecanismos de pesquisa sobre o que é sua página. Deve ter 70 caracteres ou menos, incluindo a palavra-chave em que seu conteúdo se concentra e o nome da empresa.
- **Meta Descrição** - A meta descrição no seu site informa aos mecanismos de pesquisa um pouco mais sobre o que é cada página. Isso também é usado pelos visitantes humanos para entender melhor o que é a página e se é relevante. Isso deve incluir sua palavra-chave e também fornecer detalhes suficientes para informar ao leitor sobre o que é o conteúdo.
- **Subtítulos** - Não apenas os subtítulos facilitam a leitura do conteúdo dos visitantes, mas também podem ajudar a melhorar seu SEO. Você pode usar as tags H1, H2 e H3 para ajudar os mecanismos de pesquisa a entender melhor sobre o que é seu conteúdo.
- **Links internos** - A criação de links internos ou hiperlinks para outro conteúdo em seu site pode ajudar os mecanismos de pesquisa a aprender mais sobre ele. Por exemplo, se você estiver escrevendo uma postagem sobre o valor de um produto ou serviço específico, poderá vincular à página do produto ou serviço em sua postagem no blog.
- **Nome da imagem e tags ALT** - Se você estiver usando imagens em seu site ou no conteúdo do seu blog, também desejará incluir sua palavra-chave ou frase no nome da imagem e na tag alt. Isso ajudará os mecanismos de pesquisa a indexar melhor suas imagens, que podem



aparecer quando os usuários realizam uma pesquisa de imagens por uma determinada palavra-chave ou frase.

Ao colocar estrategicamente suas palavras-chave e frases de SEO em suas páginas, é importante evitar a otimização excessiva. O Google e outros mecanismos de pesquisa penalizarão sua página se tentar usar palavras-chave muitas vezes em todo o conteúdo.

Além disso, você deseja garantir que cada conteúdo se concentre em apenas uma ou duas palavras-chave. Isso ajuda a garantir que seu conteúdo seja específico e relevante. Tentar abordar muitas palavras-chave de uma só vez pode afetar negativamente a otimização do mecanismo de pesquisa, pois costuma gerar conteúdo restrito e sem foco.

Embora o conteúdo do site tenha um papel vital na classificação do seu mecanismo de pesquisa, também é importante considerar a arquitetura do site. Você deseja usar um design de site que facilite para os mecanismos de pesquisa a verificação ou rastreamento de suas páginas e conteúdo. A criação de links internos entre as suas páginas e a criação de um mapa do site podem ajudar a melhorar a rastreabilidade do seu site e proporcionar aos mecanismos de pesquisa uma melhor compreensão do seu conteúdo.

Outra preocupação, no que diz respeito à arquitetura do seu site, é se o seu site é ou não compatível com dispositivos móveis. Muitos consumidores estão procurando informações e marcas em seus dispositivos móveis. Você precisa garantir que esses usuários possam visualizar, ler e navegar no site a partir do dispositivo móvel. Isso não apenas afeta a experiência do usuário, mas também pode afetar seu SEO.

SEO Off-page

Além dos elementos de SEO on-page que sua organização tem controle, também existem fatores de SEO off-page que podem afetar sua classificação.



Embora você não tenha controle direto sobre esses fatores externos, existem maneiras de aumentar suas chances de ter esses fatores a seu favor. (Mas mais sobre isso mais tarde!)

Aqui estão alguns dos diferentes fatores de SEO off-page que podem afetar o ranking do seu mecanismo de pesquisa:

- **Confiança** - a confiança está se tornando um fator cada vez mais importante no ranking do Google em um site. É assim que o Google determina se você tem um site legítimo no qual os visitantes podem confiar. Uma das melhores maneiras de melhorar a confiança é criar backlinks de qualidade a partir de sites com autoridade dentro do mercado.
- **Links** - Uma das maneiras mais populares de criar SEO off-page é através de backlinks. Você tem que ter cuidado aqui, pois sites com spam com links é a maneira mais rápida e fácil de banir o site dos mecanismos de pesquisa. Em vez disso, reserve um tempo para criar relacionamentos com influenciadores e fãs que criam conteúdo de qualidade e que serão vinculados ao seu site com seu próprio conteúdo.
- **Social** - Outro fator importante de SEO off-page são os sinais sociais, como curtidas e compartilhamentos. Quando se trata de impulsionar o SEO, você deseja procurar por compartilhamentos de qualidade dos influenciadores. Quanto mais conteúdo de qualidade você publicar, maior será a probabilidade de as pessoas compartilharem seu conteúdo com outras pessoas.

Embora você não tenha controle direto sobre o que acontece fora da sua organização, você pode aumentar suas chances de melhorar o SEO off-page simplesmente criando conteúdo de qualidade que outras pessoas acharão valioso. Quanto mais relevante e interessante for o seu conteúdo, maior a probabilidade de vincularem e compartilharem nas redes sociais. Quanto mais as pessoas confiam no seu conteúdo, mais os mecanismos de pesquisa confiam também.



Black Hat vs. White Hat SEO



Black Hat ou White Hat SEO

Quando se trata de SEO, existem duas abordagens diferentes que as organizações adotam para otimizar seus sites para os mecanismos de pesquisa – SEO Black Hat versus White Hat SEO.

Algumas organizações estão interessadas apenas em SEO, para que possam classificar seu conteúdo rapidamente e ganhar algum dinheiro a curto prazo. O black hat SEO envolve táticas que focam na otimização de conteúdo apenas para os mecanismos de pesquisa. Isso significa que as organizações não estão considerando os visitantes humanos que lerão e navegarão no conteúdo do site. Essas organizações desviam ou quebram as regras para melhorar a classificação dos sites e ganhar dinheiro rapidamente.

No final, essa abordagem do SEO produz páginas que geralmente são difíceis para as pessoas lerem e se parecem muito com spam. Embora os sites possam ser classificados mais rapidamente do que aqueles otimizados adequadamente, esses sites geralmente são penalizados ou banidos pelos mecanismos de pesquisa rapidamente. No geral, essa abordagem de enriquecimento rápido do



SEO arruiná a chance da organização de construir um site que seja sustentável e capaz de gerar novos leads nos próximos anos.

Por outro lado, o white hat SEO é uma abordagem eficaz para otimizar seu site para os mecanismos de pesquisa e criar um negócio sustentável online. Essa abordagem para a otimização de mecanismos de pesquisa envolve o foco no público humano que estará clicando e lendo o conteúdo do site. O objetivo desse tipo de SEO é produzir o melhor conteúdo possível em um site fácil de ler e navegar, além de seguir as regras de otimização do mecanismo de pesquisa.

É importante observar que, embora as táticas de SEO da black hat possam ajudá-lo a classificar rapidamente, é inevitável que os mecanismos de pesquisa acabem descobrindo o que você está fazendo e penalize seu site. Dependendo da gravidade da ofensa, seu site pode não conseguir voltar das penalidades. A única maneira de criar um negócio on-line sustentável que traga mais tráfego orgânico ao longo do tempo é seguir as práticas recomendadas de SEO e criar conteúdo eficaz que seus visitantes acharão valioso.

Considerações finais

Depois de aprender mais sobre o que é SEO e como ele funciona, agora você pode trabalhar para fazer alterações em seu site, a fim de melhorar seu SEO e aumentar sua classificação na página de resultados do mecanismo de pesquisa. Lembre-se de que existem muitos fatores que afetam sua classificação de SEO, mas a coisa mais importante a considerar é se seu conteúdo é valioso e relevante para o público-alvo.

Lembre-se de que a otimização do mecanismo de pesquisa leva tempo para fazer não funciona como uma mágica. Você não experimentará os benefícios do SEO da noite para o dia. De fato, pode levar meses para apreciar os resultados do seu trabalho duro. No entanto, seguir as práticas recomendadas de SEO, criando conteúdo de qualidade focado em ajudar seus visitantes humanos, é a



O que é SEO e como funciona para pequenas empresas

melhor maneira de criar um negócio on-line sustentável que continuará a trazer tráfego orgânico e novo para seu site nos próximos anos.

Precisa de ajuda para criar seu SEO? Se você não estiver satisfeito com a classificação do seu mecanismo de pesquisa, talvez seja hora de ligar para uma empresa de SEO experiente. A talentosa equipe de marketing do Neto Menezes fornece serviços de SEO com alta qualidade que ajudará você a melhorar seu ranking nos mecanismos de pesquisa e a trazer tráfego orgânico mais relevante para o seu site. Ligue-nos hoje para começar uma análise gratuita: 75 98330-3421 .