

O que é SEO e como ele pode ajudar sua empresa a ficar no topo do Google (Confira!)

Atualmente, uma pessoa que deseja ter a sua empresa na internet deve saber como utilizar o **Search Engine Optimization** (SEO), para ajudar seu negócio a aparecer entre os primeiros lugares em sites de busca como o Google, Yahoo! e o Bing.

Para isso, é necessário ter um conhecimento das estratégias corretas de atuação, para que se possa conquistar esse objetivo. O SEO é bastante comentado e presente no marketing digital e é uma ferramenta bastante utilizada por produtores de conteúdo para a web.

Ao aparecer no topo do ranking desses sites buscadores, a empresa fica em evidência, já que um número maior de pessoas passará a ter um maior contato com seu negócio, fortalecendo a sua marca e sua presença na web.

A princípio, houve uma grande adesão ao SEO por diversas agências de marketing, analistas, **produtores de conteúdo** e freelancers, que trabalham com a produção de artigos e textos para blogs, redes sociais e sites dos mais diversos segmentos.

Deve-se observar que por essa razão, ficou um pouco mais difícil de se posicionar uma página da web de forma orgânica (sem pagar). Felizmente, isso não quer dizer que se tornou impossível aparecer nestes sites de buscas, nas primeiras posições entre milhares de outras páginas de negócios semelhantes.

Um **profissional qualificado** em SEO possui algumas estratégias, ele conhece como esses buscadores funcionam, e pode atuar de maneira efetiva em busca de seu objetivo e pelos melhores resultados possíveis.

Posicionamento nos sites de buscas

“Se não está no Google não existe”, Maria Carolina Avis

Para ter uma boa colocação, deve-se produzir um conteúdo de qualidade, que apresente as informações que os usuários estão procurando, quando entram em sites como o **Google, o Yahoo! e o Bing**.

É preciso que uma empresa que está em busca de uma melhor posição na web contrate um profissional altamente qualificado, que possa ajudá-la efetivamente a aumentar o tráfego em sua página e ter um bom resultado com suas vendas.

Uma questão importante é que os usuários que entrarem no site de sua empresa devem ter uma boa experiência na interação, o que pode fazer com que eles voltem no futuro e se tornem consumidores de seus **produtos e serviços**.

Normalmente uma pessoa ao fazer uma pesquisa no Google, por exemplo, costuma entrar em um site que aparece na primeira página do buscador. A grande maioria dos usuários para por aí, não procuram por mais resultados nas pesquisas.

Presença na internet

Você deve estar pensando, e se eu pagar para aparecer em primeiro lugar no Google?

Essa pode ser uma boa estratégia para que o site apareça entre os primeiros colocados. Porém, também é preciso que se utilize de técnicas para conquistar os usuários e seu público alvo, visto que ela não garante uma venda efetiva.

O **tráfego orgânico** pode ser uma ótima saída para empresas, já que aumenta de forma exponencial o engajamento de seus clientes. O SEO, portanto, pode ser utilizado para esse fim, e um bom profissional é essencial.

Muitos empresários começam a fortalecer sua presença na web desenvolvendo o site de sua organização, pagam por um domínio e pela hospedagem. Em um segundo momento eles percebem que é necessário algo mais.

Portanto, é preciso uma **ação efetiva** para que ele possa aparecer para o seu público alvo, para que as pessoas conheçam seu site e seus produtos e serviços. Afinal, ele quer vender, ter lucro e conquistar o maior número de consumidores.

Visitas no site da empresa

De acordo com um levantamento do site Internet Live Stats, cerca de 63 mil consultas no Google são realizadas em todo o mundo por segundo. Desse modo, é essencial agir para que se tenha uma maior presença neste buscador.

Você deve considerar o tráfego pago e o tráfego orgânico para obter os melhores resultados na web. Esse último se relaciona com as estratégias realizadas para a **produção de conteúdo**, campanhas de marketing, em sites, redes sociais, e blogs.

É na primeira página do Google que estão localizados os sites mais visualizados sobre um determinado segmento relacionado às palavras chaves utilizadas nas pesquisas do buscador. É importante que se produza um conteúdo diferenciado, para alcançar os melhores resultados.

Se você deseja que seu blog, site, loja de e-commerce, vídeo, palestras e cursos tenham um bom posicionamento, é necessário um maior investimento em campanhas e no SEO, para gerar um maior **engajamento dos usuários**.

Mudanças no Google

Trabalhei durante um ano e meio em uma empresa que desenvolvia um conteúdo jornalístico voltado para setores econômicos, políticos e direitos do trabalhador. Em meus artigos eu precisava adequar o texto às técnicas de SEO do negócio.

Em minha rotina corporativa eu precisava observar algumas questões, como a utilização de imagens de qualidade, e utilizar **palavras de transição** no texto, como por exemplo “todavia”, “analogamente”, “em síntese”, etc.

Além disso, era preciso que o texto tivesse uma boa estrutura de tópicos, ou seja, que fosse de fácil leitura. A utilização de palavras-chaves relativas ao tema do artigo eram essenciais para que tivesse um bom SEO.

Meu trabalho era facilitado já que eu utilizava o **Wordpress** e um aplicativo chamado **Yoast**, que apontava as alterações necessárias dentro do artigo para que ele estivesse de acordo com o SEO. Esse trabalho foi um grande aprendizado.

Posicionamento no buscador

A empresa onde atuei desenvolvia diariamente cerca de 50 ou mais notícias relacionadas a vários setores. A produção era grande e qualificada, o que poderia ajudar a colocar o site nos primeiros lugares do Google. Trabalhavam junto comigo, mais 20 jornalistas, criando matérias todos os dias.

A produção diária era de qualidade, com **notícias importantes** e com um grande número de usuários. A empresa também criava uma série de vídeos que possuíam uma boa visualização. A presença do site no Google estava realmente fortalecida.

Ao aplicar **técnicas de SEO**, produzir um grande número de conteúdo e textos de qualidade, a empresa colheu ótimos resultados. No entanto, um certo dia o Google mudou seu algoritmo de seu buscador, o que fez com que o site não aparecesse mais nas pesquisas.

Essas alterações são constantes, o Google atualiza seu site de pesquisas para oferecer a seus usuários as melhores experiências e quem trabalha com tráfego orgânico algumas vezes pode sair prejudicado.

Felizmente a empresa contratou um **especialista em SEO** que pôde auxiliá-la a retornar ao primeiro lugar do ranking. Para ajudar na retomada do site no buscador, o dono da empresa teve que se atualizar para conhecer os novos critérios do Google.

Afinal, o que é SEO?

A princípio, podemos dizer que o SEO é uma estratégia de **marketing digital** das mais importantes, pois permite que um site apareça nas primeiras posições em pesquisas nos buscadores aumentando o número de visitas e conversões.

Para isso não é preciso um grande investimento como no tráfego pago. As técnicas de SEO permitem a criação de **páginas otimizadas**, com determinadas características relativas ao que o algoritmo dos buscadores deseja.

Vale ressaltar que os usuários em sua pesquisa na internet digitam palavras-chaves relacionadas à suas dúvidas sobre algumas questões, procuram por empresas de determinados segmentos ou estão em busca de um produto ou serviço.

O Google então procura apresentar a esses usuários as melhores respostas e conteúdos da **internet** para o seu questionamento. Normalmente as soluções mais qualificadas aparecem no topo da lista, o que aumenta o tráfego da página.

Técnicas de SEO

Uma das técnicas mais utilizadas em SEO é a utilização de palavras-chave. Por exemplo, um usuário deseja adquirir um curso de **marketing digital** e digitar essas palavras no buscador. O Google apresenta uma resposta de acordo com a procura.

Portanto, ao criar um artigo para o site de uma empresa, o profissional de SEO utiliza essa palavra-chave “marketing digital” ao longo de seu texto. Contudo, a estratégia de SEO não para por aí, há muito mais a se fazer.

Se você deseja fortalecer sua presença na internet deve procurar oferecer a seu público alvo as melhores soluções para seus problemas e deve incluí-la no conteúdo apresentado em sua página na web.

Não adianta utilizar todas as técnicas de SEO se o texto não tiver qualidade, oferecendo as melhores respostas relativas ao assunto tratado e ao setor em que atua. É preciso ganhar visibilidade para aumentar as **conversões**.

História do SEO

“Conteúdo é a parte emocional e informacional entre o cliente e o negócio”, Jay Baer.

No início da rede mundial de computadores, com a **World Wide Web**, no ano de 1991, um grande número de sites na internet foram criados. Houve o reconhecimento da necessidade de se organizar essas páginas, e aprimorar a sua navegação.

Os mecanismos de buscas da época não apresentavam bons resultados na hora da pesquisa de seus usuários, apresentando poucas opções de sites relacionados às palavras-chave apresentadas. Então foi criado o **Search Engine Optimization (SEO)**.

Era preciso organizar, catalogar as informações dos sites na internet, para que as páginas fossem apresentadas de maneira efetiva. Quem apareceu nesta história e revolucionou o setor tecnológico da época foram **Sergey Brin e Larry Page**.

Os dois amigos criaram um mecanismo de busca inovador naqueles dias, chamado BackRub. Ele mais tarde mudou de nome e se transformou no Google que todos nós conhecemos. Outros sites seguiram o modelo e utilizaram o SEO.

Estatísticas do Google

De acordo com o Statista, o Google é o maior mecanismo de busca de todo o mundo, ele detém cerca de 98% de todas as pesquisas feitas na internet. Ele realiza mais de 3,5 bilhões de pesquisas por dia. Além disso, 50% de todas as buscas feitas resultam em um clique nos três primeiros resultados apresentados.

O sucesso da companhia não pára por aí, o Google é considerado o site mais visitado em todo o mundo. Cerca de 30% dos usuários móveis, que utilizam **aparelhos celulares ou tablets** para acessar a página são mais propensos a realizar compras na internet utilizando seu dispositivo móvel.

Poderia falar sobre outras estatísticas apresentadas sobre o Google, mas acredito que com essas informações acima você já pode perceber a importância de se posicionar bem nesse mecanismo de busca, para atrair clientes e fazer negócio. O SEO é uma ferramenta indispensável para o empresário atual.

Técnicas de SEO

O profissional que trabalha com SEO responsável por tornar os sites, blogs, e outros conteúdos para a internet otimizados para o Google e outros mecanismos de buscas da internet deve ficar atento às técnicas necessárias para ter resultado.

Segue abaixo as estratégias de SEO mais utilizadas:

1. É fundamental conhecer e entender seu público alvo, sua persona. Ela representa seu cliente ideal, sendo importante conhecer suas necessidades.
2. Realizar pesquisas de palavras-chaves é uma outra estratégia de peso para um bom SEO. O ideal é saber quais termos de busca são os mais utilizados em seu segmento e incluí-los no conteúdo produzido.

3. A otimização de títulos e heading tags (subtítulos) devem ser informativos, sobre o assunto a ser tratado no texto, por exemplo. O Google analisa esse tipo de conteúdo.
4. Uma outra estratégia para se ter um bom SEO é a inclusão de links internos entre as páginas de um site. Dessa maneira os usuários podem continuar na página da empresa após ler um texto.
5. Em relação às URLs, elas devem ser amigáveis. Se o artigo for sobre marketing digital, ela pode ser assim: www.empresa.com.br/marketing-digital.
6. As imagens de um site também devem ser otimizadas para o SEO, já que dessa maneira elas podem aparecer no Google Imagens. Existem várias formas de se fazer isso, como renomear o arquivo de forma descritiva.

Conclusão

Existem ainda muitas outras técnicas e estratégias de SEO que podem ajudar a sua empresa a aparecer em uma boa posição nos mecanismos de busca e a conquistar um maior número de clientes e conversões. **Por hora ficamos aqui.**

Se você deseja conhecer mais sobre o assunto, envie um e-mail para pauloalmeidabr@gmail.com. Podemos conversar sobre as amplas oportunidades relacionadas à presença de sua empresa na internet.

Estou disponível para atuar como produtor de conteúdo para o seu site, utilizando algumas técnicas de SEO, que podem auxiliar no desenvolvimento de seu negócio.

Obrigado!

