// revista locaweb
#89 // ANO 13

Em alto e bom som // Como a influência de um rapper deu vida a uma das maiores fabricantes de fones de ouvido do mundo

O SEO por trás da audiência orgânica

Especialistas de agências e sites, como o pioneiro iCasei, revelam como aparecer no topo dos resultados de buscas do Google e aumentar a audiência em mais de 200%

E AINDA

PRODUTIVIDADE // Os caminhos que os líderes devem seguir para fazer com que as equipes

OTIMIZADOR DE SITES // Use o Chrome DevTools para corrigir com facilidade possíveis problemas de

O PODER DOS ÍCONES // Até que ponto vale a pena recorrer às imagens iconográficas para

Guia definitivo de SEO

Tudo o que você precisa saber sobre otimização de sites para ter um melhor ranqueamento orgânico no Google e outros buscadores da internet

[Bianca Bellucci]

Em 2006, não existia na internet mundial uma plataforma personalizada para casamentos. Nenhuma paginha sequer daquelas em que os noivos fornecem aos convidados dicas de presentes, como chegar ao evento e tudo que for essencial para aproveitar a festança. Assim, um casal brasileiro decidiu criar a sua própria página online para orientar seus amigos e familiares. A ideia do iCasei logo se transformou em negócio e ajudou outros pombinhos que se encontravam na mesma situação. E foi copiada no resto do planeta.

Pioneira online no setor de casamentos, a empresa logo descobriu que a melhor maneira de ganhar território e se consolidar no mercado era apostar em SEO (Search Engine Optimization), conjunto de estratégias usado para melhorar o posicionamento dos sites dentro dos mecanismos de buscas, como Google e Bing. "Quando começamos, poucos sites trabalhavam com a técnica, e tínhamos um segmento amplo para trilhar. Na verdade, até acabamos criando muitas palavras-chave que hoje são vistas como essenciais no nosso nicho", comenta Augusto Oliveira, head de qualidade do iCasei.

Para se ter uma ideia da importância do SEO no negócio, atualmente há um time de 15 pessoas trabalhando com SEO em geral na plataforma de casamento, o que inclui criação e edição de conteúdo, análise, estratégia e desenvolvimento. O fruto desses esforços reflete nos números de 2018: o portal apresentou um crescimento de 236% em novos acessos. "A soma 'técnica + originalidade' é o caminho certeiro. É impossível não ficar bem ranqueado com um site otimizado para dispositivos móveis, hospedado em um bom servidor, e com conteúdo relevante e original", afirma Augusto.

Assim como o iCasei chegou lá, a sua empresa também pode escalar as páginas de pesquisa e chegar ao topo. Principalmente as pequenas e médias empresas, já que é possível ganhar visibilidade e competir com as gigantes da internet sem precisar de muito investimento. Prepare as alianças, pois fazer um casamento certeiro com o SEO é algo que costuma gerar frutos para o resto da vida.

Estratégia amiga das PMEs

O SEO é um tipo de estratégia que pode ser usada por empresas de qualquer setor. O truque para ter sucesso é observar a concorrência. A partir daí, é possível descobrir quais palavras-chave – termos e frases que as pessoas pesquisam que estão relacionados com sua área ou seu negócio – são usadas por ela e devem ser posicionadas para que sua marca também tenha destaque nos resultados de pesquisas da internet.

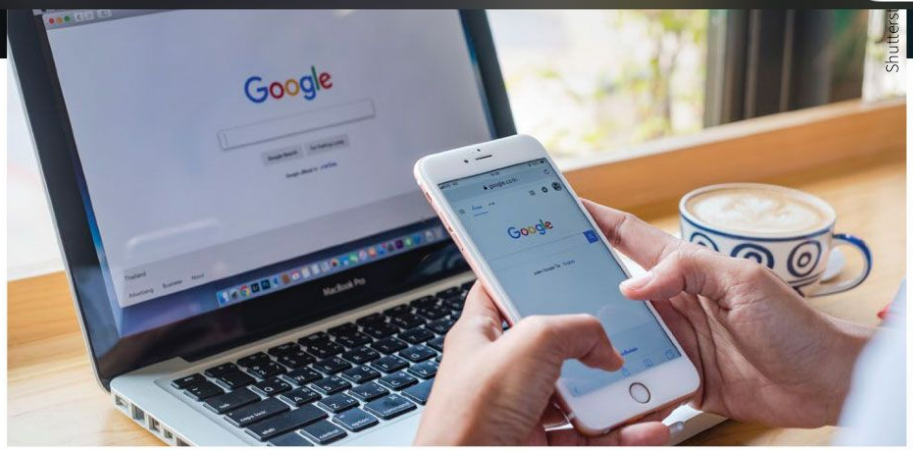
"Estar sempre de olho na concorrência é essencial. Até porque muitas empresas ainda não deram a devida importância para esse tipo de marketing digital. Elas acreditam ser um gasto desnecessário, já que o core do negócio costuma ser outro. De modo geral, desconhecem a vantagem principal desse tipo de ação, que é atingir o público-alvo, de maneira mais eficiente e segmentada, nos resultados de pesquisa da internet", diz Reginaldo Henrique, proprietário das plataformas RHB Informática e Consultor SEO BR.

Quando bem feito, o trabalho de SEO consegue levar mais clientes para o site de uma marca ou até para uma página específica de um produto ou serviço que precisa ganhar destaque na internet. É por isso que, quanto maior e específico for o termo que você quiser trabalhar como palavra-chave, menor será a concorrência. Exemplo: em vez de "Paris", usar "os melhores lugares para tomar café em Paris". "Essas são as chamadas long-tails, que podem funcionar muito bem com as PMEs. Podemos dizer que esse tipo de estratégia equivale à expressão 'comer pelas beiradas'", comenta Daniel Arend, sócio-fundador da Search Lab, agência que trabalha exclusivamente com

Daniel e Victor, da Search Lab: para as PMEs, vale a pena fugir das palavras óbvias e trabalhar bem as long-tails

> **É impossível não ficar bem ranqueado com um site bom em dispositivos móveis, hospedado em um bom servidor, e com conteúdo relevante**
>
> Augusto Oliveira, head de qualidade do iCasei

Foto: Mario Bock / Produção: Beth Macedo



Shutterstock

> **Em médio prazo, o SEO pode se tornar uma excelente fonte de resultados duradouros para empresas com budgets mais enxutos**
>
> Daniel Arend, sócio-fundador da Search Lab

Inspire-se!

Cases de páginas que decolaram ao apostar em SEO não faltam no Brasil e no mundo. Confira alguns deles, que podem servir de inspiração para o seu negócio:

Passarela

O e-commerce de moda contratou a Agência Mestre em 2016 com o objetivo de aumentar especificamente as vendas da Black Friday em relação à do ano anterior. Para alcançar a meta, foram mapeadas todas as palavras-chave relacionadas à data e os produtos vendidos na loja virtual. Com os dados em mãos, a agência traçou estratégias para alcançar melhores posicionamentos para as palavras-chave indicadas, e apontou uma série de implementações voltadas para a Black Friday. Como resultado, a semana de ofertas em 2016 teve 47,64% mais sessões e 41,58% mais receita do que a semana da Black Friday 2015.

Hospital Infantil Sabará

O hospital procurou a SEO Marketing porque queria melhorar o site e o número de acessos. E a parceria deu certo. Apenas no primeiro ano, o blog da empresa passou a receber 30 mil visitas por mês. Sem contar a página no Facebook que teve, em média, 60 curtidas e mais de 7 mil visitantes ativos por dia.

Falando especificamente do trabalho de SEO, as técnicas fizeram com que o site do Hospital Infantil Sabará ficasse muito bem posicionado no Google tanto na busca orgânica quanto na paga, recebendo em média 25 mil visitas ao mês.

Meditação Online

Esse exemplo vem direto de Portugal. A plataforma especializada em cursos online de meditação é de propriedade da instrutora Gabriella Rivetti, mas precisou de ajuda da RHB Informática para ganhar destaque no Google. É que ela estava com inúmeros problemas relacionados a seu antigo serviço de hospedagem, como lentidão e até invasão do servidor. Além de incentivar a mudança do serviço – que acabou tendo o VPS da Locaweb como vencedor –, a RHB Informática indicou que algumas técnicas de SEO poderiam contribuir para uma maior visibilidade no ranking do buscador. E deu certo! O Meditação Online teve um crescimento no volume de buscas na internet acima de 100%.

Trabalho persistente em SEO em sites responsivos é fundamental para quem deseja aparecer bem no Google

SEO. Na prática, é mais fácil ser ranqueado pelos buscadores com uma expressão longa, que pouca gente do mercado usa, do que com uma óbvia e consolidada, em relação à qual você terá muita concorrência.

Outra vantagem atrativa para as PMEs é seu baixo investimento. "Em médio prazo, o SEO pode se tornar uma excelente fonte de resultados duradouros para empresas com budgets mais enxutos", afirma Daniel. Sem contar que é possível começar a trabalhar com a estratégia sem sequer contar com a ajuda de um profissional.

Para começar sozinho

Já que o segredo do SEO está na escolha das palavras-chave, é importante definir bem o que você vai usar. Para encontrar os melhores termos, além de monitorar a concorrência, a dica é conhecer seu público-alvo. Até porque ele consegue entregar de bandeja o conteúdo que pesquisa nos buscadores. Mas para otimizar essa procura, vale a pena ter como aliada uma boa ferramenta que analise palavras-chave (confira algumas opções no quadro *Top ferramentas essenciais*, na pág. 33).

Com as palavras-chave em mãos, já é possível planejar as próximas ações. A mais importante delas é elaborar um conteúdo de qualidade que resolva um problema do consumidor de forma imediata. Na prática, a ideia é desenvolver

> **Nossa ferramenta tem um passo a passo didático com tópicos que devem ser preenchidos para você aparecer bem no ranking**
>
> Thiago Mazeto, head de experiência do cliente da Tray

um texto que tenha como foco central uma das palavras-chave relevantes para seu negócio. Com isso, o mecanismo de busca vai analisar o teor e, caso seja interessante para a audiência, colocará seu site lá no topo.

Mas você não precisa ser mágico para saber o que funciona ou não. Existem algumas técnicas que podem contribuir para essa escalada. "Comece analisando o título da página. Ele precisa ser único e conter a palavra-chave bem alinhada à proposta do conteúdo. Aliás, pensando exclusivamente no usuário, sempre é bom colocar a palavra-chave logo no início", recomenda Fabio Ricotta, CEO da Agência Mestre, especializada em marketing digital.

Outra técnica simples é otimizar a metadescrição das páginas, aquele pequeno texto que aparece nos resultados de buscas, embaixo da URL do site. "Embora isso não interfira no posicionamento dos conteúdos, muitas vezes são as informações desse campo que convencem o usuário a clicar", alerta Fabio.

Além disso, é fundamental criar uma estratégia de construção de links. "Aqui, o foco é a simples inserção de links entre páginas do seu site, conectando informações relacionadas para que, caso o usuário ache relevante, possa acessar mais detalhes", explica Fabio. Um exemplo simples é a listagem de produtos relacionados em uma loja virtual, ou, ainda, quando uma página de um consultório de odontologia fala sobre implante dentário e aponta uma recomendação para odontologia estética.

Reginaldo, da RHB Informática e do Consultor SEO BR, recomenda ficar de olho nos concorrentes na hora de trabalhar os conteúdos

Implementação automatizada

Os pequenos detalhes ajudam o Google e outros buscadores a identificar se seu conteúdo é relevante ou não para estar no topo. Só que você não precisa pensar muito sobre todos eles se for cliente da Locaweb.

Na ferramenta Criador de Sites, por exemplo, as principais funcionalidades de SEU são nativas e fáceis de serem aplicadas. O título,

a metadescrição e até alguns campos para otimizar fotos estão disponíveis. E mais: é uma espécie de tecnologia discreta que funciona automaticamente, sem que o usuário perceba.

O mesmo ocorre na Tray, a unidade de negócios da Locaweb focada em e-commerce. "Assim que o cliente sobe um produto em sua loja virtual, existe um passo a passo didático com tópicos que devem ser preenchidos para você se dar bem no ranking", conta o head de experiência do cliente Thiago Mazeto. "Também temos um código limpo e objetivo, que o Google e outros buscadores reconhecem como bom", completa.

Vale ainda destacar que, caso você não seja muito íntimo do mundo tech e o tema pareça um pouco confuso, existem cursos online que podem te ajudar. Quem oferece um deles é a RHB Informática. "Nosso objetivo é permitir que qualquer pessoa possa aprender a otimizar um site. Ensinamos ao aluno tudo sobre SEO on-page (no próprio site) e off-page (fora dele)", revela Reginaldo. Chamado de Curso de SEO Online, tem carga de oito horas e preço de R$ 640. Para mais informações, acesse www.rhbinformatica.com.br.

Quando contratar um especialista?

A partir do momento que as técnicas de SEO empregadas na sua página não estão trazendo

> **Muitas vezes são as informações dispostas no campo da metadescrição que convencem o usuário a clicar na página**
>
> Fabio Ricotta,
> CEO da Agência Mestre

Shutterstock.com

Com o Google Analytics é possível monitorar o tráfego do site e saber quais conteúdos deram mais resultados

Top ferramentas essenciais

Cinco plataformas, que vão do estilo "feijão com arroz" até as mais completas, para ajudá-lo a ranquear melhor sua empresa no Google e em outros buscadores da internet. Tudo sem precisar recorrer a especialistas.

Ubersuggest

Plataforma gratuita e simples, que pode ser usada para determinar o volume médio de palavras-chave e das famosas long-tails. Também é ideal para descobrir novos termos para melhorar a otimização do conteúdo e obter ideias de novos tópicos relacionados.

Google Analytics

Uma ferramenta que dispensa apresentações. Com ela, os usuários podem medir a efetividade e eficácia do trabalho de SEO. É possível verificar volume de acessos, engajamento, conversões, origens de tráfego, taxa de rejeição, e muito mais. Está disponível gratuitamente, basta usar as credenciais de uma conta do Google.

SEMrush

Ferramenta que realiza diversos monitoramentos essenciais para um projeto de otimização de sites. Entre eles: análises competitivas que permitem identificar em quais palavras seus principais concorrentes aparecem bem posicionados e seus backlinks, além de auditorias técnicas. Possui apenas alguns módulos gratuitos. Para aproveitá-la é necessário ser cliente.

Yoast SEO

Esta é uma boa pedida para quem usa o WordPress. A ferramenta adota as cores verde, laranja e vermelho para indicar se o conteúdo está de acordo com as normas de SEO. Além disso, dá algumas dicas para deixar o conteúdo mais relevante, como encurtar a URL da página e o tamanho dos parágrafos.

Ahrefs

Monitore as páginas dos concorrentes e descubra em quais locais eles estão conquistando links. A ferramenta paga também oferece um arsenal de outras funcionalidades, como sugestão de tópicos para produção de conteúdo.

Fotos: Shutterstock.com

Um projeto de SEO bem feito também inclui o uso de vídeos, já que, cada vez mais, esse tipo de conteúdo é consumido, sobretudo em dispositivos móveis

Fabio, da Agência Mestre, ressalta a importância de destacar a palavra-chave no início dos títulos

o resultado esperado, é bem provável que essa seja a hora de contratar um profissional da área para impulsionar o negócio. Outros motivos que podem levar à terceirização do serviço são: falta de tempo disponível para se dedicar à técnica de marketing digital e aprofundamento da estratégia.

Independentemente da razão, o profissional ou a agência especializada pode ser de grande ajuda para empresas de qualquer porte e setor. "Eles poderão entender os objetivos da marca e dar uma visão mais específica ao caso, seguindo de perto todas as nuances e possíveis melhorias do comportamento do site junto aos buscadores", garante Fabio.

Mas essa atenção dedicada tem seu preço. E ele pode ser um tanto salgado para quem está começando a trilhar seu caminho na internet. Na Search Lab, por exemplo, um projeto de SEO pode ter valor mensal que varia entre R$ 4 mil e R$ 20 mil. "Depende do tamanho do escopo, da empresa e, principalmente, da competitividade do mercado. Tudo será somado ao objetivo da companhia, tanto de conquistas, quanto de tempo para atingir essas conquistas", afirma Fabio.

Investimento constante

Não basta saber o básico sobre SEO e achar que domina a técnica. Como qualquer tecnologia, ela está em constante evolução. Todo empreendedor que trabalha com a estratégia não pode se dar por satisfeito apenas com o presente. Ele deve estar atualizado, conhecendo novos meios e práticas de melhorar o posicionamento da sua página web.

"Hoje, seu site pode estar nos primeiros resultados de busca do Google. Amanhã, pode ser que não esteja mais. Seja porque algum serviço deixou de existir, e você não fez as atualizações necessárias, ou porque o seu concorrente fez as otimizações que você parou de fazer, ou ainda porque perdeu links, e consequentemente diminuiu sua autoridade no ranking. São diversos fatores", diz Fabio Ricotta, CEO da Agência Mestre.

Com base nesse cenário que muda o tempo todo, você deve estar sempre atento e atualizar seu site seguindo as melhores práticas de SEO, com foco contínuo em oferecer ao usuário uma boa experiência de navegação.

> **Todas as mudanças do Google servem para melhorar a intenção de busca dos leads e para que o site vete alguns espertinhos**
>
> Diego Martins, CEO da agência de marketing digital Inside Digital

Google: o principal buscador

Embora existam vários mecanismos de busca hoje, quem possui um negócio na web quer estar na primeira página do Google. Fato. "Considerando que ele tem 97% de share no Brasil, dificilmente falaremos de outro buscador", alega Victor Baptista, também sócio-fundador da Search Lab. E nem é necessário pensar tanto assim sobre os concorrentes. Isso porque, teoricamente, o trabalho de SEO acaba sendo o mesmo. "O que pode ocorrer é que outros sites podem dar mais valor a fatores aos quais o Google não dá", completa o especialista.

Ao deixar os rivais de lado e partir do princípio de que o Google é o foco, é importante ficar de olho no gigante das pesquisas, pois ele altera constantemente os algoritmos e vive lançando novas funções. "Todas as mudanças servem para melhorar a intenção de busca dos leads e para que o site vete alguns espertinhos que fazem black hat, técnica utilizada para tentar manipular os motores de busca", explica Diego Martins, CEO da agência de marketing digital Inside Digital.

A construção de links para manter o usuário o máximo de tempo possível no site é mais uma das técnicas de SEO que costumam gerar bons resultados

O Google testa entre sete e dez novas funcionalidades diariamente. Dessas, uma ou duas são implementadas mesmo. Geralmente, as pequenas

Shutterstock.com

mudanças não alteram o posicionamento dos sites. Já as atualizações maiores aparecem uma ou duas vezes ao ano e tendem a causar impacto. A última ocorreu em agosto de 2018.

Três modificações desse pacote podem ser consideradas muito relevantes. A primeira delas é o Mobile-First Index. "Agora, sites otimizados para dispositivos móveis tendem a ter melhores resultados em comparação a sites que não estão otimizados", comenta Daniel. A outra é o Carrossel de Vídeos, que dá importância para vídeos em sua estratégia de conteúdo. "Segundo o Google, o consumo de vídeo pelos brasileiros não para de crescer, e 75% das pessoas que usam esse formato preferem o smartphone na hora de consumi-lo", complementa o profissional.

A última alteração ficou conhecida como Medic Core Update e impactou diretamente os setores de saúde, nutrição e bem-estar. "Sites desses nichos foram afetados quando o conteúdo publicado não tinha uma autoridade, uma pessoa real que 'assinava' as dicas", conta Fabio.

O Google, como sempre, não deu muitos detalhes do porquê de as implementações terem sido adicionadas. Porém, acendeu um alerta: "após a atualização, o recomendado é focar em melhorar o conteúdo do site", revela João Vitor Silva, analista de SEO na Locaweb.

De acordo com João Vitor, da Locaweb, quando o Google apresenta alguma mudança que o faz perder posições no ranking, é preciso voltar o foco para o conteúdo e aplicar alterações

> **O empreendedor deve ter em mente que o SEO não é uma estratégia de resultado instantâneo. É preciso ter paciência para colher frutos**
>
> Victor Baptista, sócio-fundador da Search Lab

Uma boa dica para não perder posições de bobeira é acompanhar as mudanças do Google. Para isso, vale a pena seguir o blog do buscador (http://lwgo.to/1h8) e suas redes sociais, que sempre divulgam comunicados em tempo real.

Retorno

Caso você tenha chegado até aqui e não tenha notado, o SEO é uma estratégia altamente recompensadora, mas que demanda tempo. Ele exige pesquisa do público-alvo e concorrência, seleção das palavras-chave, produção de conteúdo, implementação e um contínuo acompanhamento para saber as alterações aplicadas pelo Google e outros buscadores.

"O empreendedor deve ter em mente que não é uma estratégia de resultado instantâneo. Se ele busca retorno imediato, a sugestão é apostar em outro canal para alavancar o crescimento, como mídia paga", aconselha Victor.

Em média, o resultado torna-se mais palpável em torno de seis meses após a implementação. "Isso vai depender de alguns fatores. Entre eles: maturidade em SEO da empresa, concorrência do mercado, viabilidade da plataforma, recursos envolvidos, execução contínua...", conclui o sócio-fundador da Search Lab. //