

REVENDEDOR

*Guia de
Otimização de Sites
para Buscadores
(SEO)*



Plugweb
Internet



ÍNDICE

Porque é Importante Investir em Campanhas On-line?	2
Função dos Sites de Buscas para as Empresas	2
Funcionamento dos Sites de Buscas	2
Sobre os Termos de Buscas	2
Como Selecionar Termos de Busca Relevantes?	3
Como se posicionar melhor no Google?	3
Sobre as Meta Tags:.....	7
Tipos	7
Serviços Oferecidos pelo Google	9
Sobre o Yahoo Search Marketing	10
Tabela de Comparativa Oferta/Procura de palavras-chave.....	11

ANÁLISE DE REPOSICIONAMENTO DE SITE

SEARCH ENGINES

Porque é Importante Investir em Campanhas On-line?

- Cada vez mais, as pessoas têm acesso fácil à informação: computadores populares, baixos custos, rápido desenvolvimento de novas tecnologias, etc.
- A tendência de todos os produtos e informações é de serem digitalizados.
- O comércio eletrônico possui uma taxa de crescimento de 40% ao ano.

Função dos Sites de Buscas para as Empresas

- Divulgar informações;
- Captação de clientes;
- Estar bem colocado nos resultados das buscas é fundamental na captação de novos clientes, pois estatísticas mostram que 80% dos usuários não ultrapassam a 1ª página de resultados para encontrar a informação desejada;
- A primeira posição no Google, por exemplo, significa uma estimativa de 30.000 a 40.000 acessos/mês.

Funcionamento dos Sites de Buscas

TERMO DE BUSCA (ocorrência, frequência, localização)	+ POPULARIDADE (links)
--	----------------------------------

Sobre os Termos de Buscas

- Uso de palavras genéricas: retornam muitos resultados (muitas ofertas), pois há muitas pessoas utilizando estas palavras. Meio mais difícil de se chegar ao top-10.
- Uso de palavras específicas: maiores chances de conseguir posições significativas, mas obtém-se número menor de visitantes. Pode ser considerado um fator positivo, pois é mais fácil atingir posições no top-10, e consegue-se suprir no ato as necessidades de quem está buscando.
- Uso de palavras no plural ou singular: O resultado da busca será diferente a cada palavra utilizada.
- Nome da empresa como termo de busca: as pessoas precisam conhecer a Plugweb, logo, é fundamental trabalhar em campanhas on-line e off-line, divulgar serviços/produtos e tornar-se conhecido.
- Os termos de busca escolhidos devem ter forte associação com o produto/serviço oferecido;
- Boa relação oferta/procura (montar tabela com os resultados obtidos em pesquisas).

Como Selecionar Termos de Busca Relevantes?

- O Yahoo possui uma ferramenta chamada Yahoo Search Marketing, que lhe retorna valores de procura de determinado termo e os demais termos relacionados. Os resultados referem-se aos sites associados ao Yahoo, mas deve ser levado em conta para comparações com outros SB, como o Google, o Altavista, etc, levando-se em conta o porte e popularidade de cada um;
- A otimização de um site para figurar entre os top-10 de um SB é feita por página, individualmente, e não pelo site como um todo. Logo, é possível trabalhar palavras-chave de acordo com as características de cada página do site, enfocando, por exemplo, palavras-chave relacionadas a certo tipo de produto;
- Realizar testes nos buscadores para verificar a incidência de resultados de determinadas palavras-chave. Analisar a relação procura/oferta para obter o índice de competição.

Como se posicionar melhor no Google?

- Uso de palavras-chave nos textos e título das páginas;
- Título da página (tag <title>):
 - Representa o conteúdo daquela página
 - Colocar as palavras-chave em evidência com caixa alta, por exemplo, constitui um atrativo para que o usuário clique no link (é o que ele visualiza primeiro).
- Topo da página;
 - Exemplo: chamadas de notícias nos jornais. Fazer uso deste recurso é uma boa prática.
- Subtítulos;
 - Estruturar textos de forma a conter subtítulos.
 - Além de beneficiar o rastreamento dos sistemas de busca, torna o texto menos cansativo e mais objetivo para o usuário.
 - Utilizar as tags H1, H2, etc. para definir um subtítulo.
- Links internos e próximos deste;
 - Links dos produtos oferecidos.
- Estruturar os textos do site de forma a obter uma frequência relativa dos termos de busca;

- Evitar excessos de ocorrências;
 - Não há um número definido de vezes que seja o “ideal” para a frequência de uma palavra-chave no site, mesmo porque, deve-se preocupar, acima de tudo, com a qualidade dos textos. Um valor razoável para a frequência dos termos no site é de 5% a 10% do conteúdo total.
- Não usar truques para tentar “enganar” os SB;
- Utilização da tag “ALT” para imagens, de preferência, utilizando palavras-chave;
- Longevidade da página (há quanto tempo o site está presente na web);
- Garantir bom conteúdo para o usuário (o Google considera a relevância de assuntos);
- Sites maiores são mais interessantes para se trabalhar melhor as palavras-chave, pois há uma distribuição específica de conteúdo e a página se torna mais relevante para o Google. Portanto, crie links internos e com conteúdo em seu site.
- É importante que cada produto possua sua página de especificações e características e, conseqüentemente, palavras-chave que estejam associadas a este produto;
- Links de entrada (links que o site Plugweb recebe de sites externos);
 - É importante desenvolver parcerias com sites de instituições relevantes e populares, pois estes sites têm alto Pagerank¹ e, como esta pontuação é compartilhada, quanto maior o PageRank do site parceiro, maior será o Pagerank de seu site.

¹ OBS: a classificação de “pontos” no Pagerank é hipotética, ou seja, não há como obter o Pagerank em valor absoluto de um site, mas o Google disponibiliza uma ferramenta que indica um número de referência do Pagerank. O melhor método para se conhecer a “reputação” de determinado site, é verificando sua posição nos resultados do próprio Google.

- Se o provedor de hospedagem de seu site já possuir um conjunto de domínios registrados há um certo tempo, pode beneficiar o ranking das páginas, mas se o provedor trabalhar com sites ilegítimos (conteúdo pornográfico, cracks, etc), acarretará a perda de pontos. A Plugweb registra e hospeda domínios legítimos desde 2000.
- É extremamente importante receber Pagerank de sites que tenham “boa reputação” na web e, de preferência, que estejam relacionados com os assuntos tratados em seu site.
- Ações para aumentar o número de links de entrada:
 - Incluir seu site em diretórios e listas de sites (cadastro da URL no Google, Yahoo, Altavista, etc);
 - Oferecer reciprocidade de links para bons sites;
 - Escrever e distribuir artigos com links para seu site;
 - Produzir e enviar releases para a imprensa;
 - Montar um programa de afiliados²;
- Links de saída (links que seu site envia para sites externos);
 - Os links apontados devem ser relevantes, de um assunto próximo ao tratado na página, e, de preferência, para um site com boa colocação/reputação, pois os pontos do pagerank são compartilhados.
 - O excesso de links que não se assemelham em nada com a página em questão (irrelevantes para o usuário) constitui “link farm”, e é detectado pelo Google como truque, acarretando a perda de pontos no Pagerank.
 -

² Software que gerencia os clientes direcionados para seu site, oferecendo comissão para aquele que oferece seu link, caso o usuário direcionado compre algum produto/serviço. Você adaptar a premiação do usuário de acordo com produto ou serviço oferecido em seu site.

- Apesar de alguns portais não terem relação com sua empresa nem com os assuntos tratados no site, os algoritmos do Google detectam que eles constituem (quando, efetivamente, constituírem) grandes portais, logo, com “boa reputação”. Isto é benéfico para o pagerank de seu site e vale também para os links de entrada.
- Links Internos (mapa do site, menus, links de rodapé);
 - Distribuição da pontuação de pagerank de cada página, e não do site como um todo.
 - Redistribuir os links internos de forma a priorizar páginas selecionadas.
 - Colocar links de saída somente para páginas altamente relevantes.
 - Conseguir links de entrada de páginas preferencialmente relevantes e cujo conteúdo seja similar (possíveis ações de marketing, parcerias, etc.).
- Manutenção periódica das páginas do site:
 - Manter um ritmo constante de atualizações.
 - “Truques”, como pequenas alterações, (uma data, por exemplo), são irrelevantes.
 - Muitos links apontando para o site podem compensar a falta de atualização do mesmo.
- Utilização de meta-tags.

Sobre as Meta Tags:

Tipos

■ Expires

```
<META HTTP-EQUIV="expires" CONTENT="Wed, 26 Feb 1997  
08:21:57 GMT">
```

Usado para informar ao Navegador quando o documento será considerado expirado. Indiretamente também pode ser usado para controlar o diretório CACHE do usuário, exemplo: Caso o documento tenha sido expirado, o Navegador fará uma nova requisição ao Site e pegará uma nova cópia da página, não lendo a página no cachê (memória). Se for utilizado um valor ilegal, por exemplo, 0 (zero), isso fará com que o Navegador sempre faça uma nova requisição e pegue a nova página. Também serve para informar aos "robôs" dos sistemas de buscas a validade do Site e, automaticamente, a exclusão do registro no Sistema de busca e, eventualmente, agendada uma nova visita ao Site. A data deve ser no formato RFC850.

■ Content-Type

```
<META HTTP-EQUIV="Content-type" CONTENT="text/html;  
charset=ISO-2022-JP">
```

Usado para informar ao Navegador o conjunto de caracteres a ser usado. Normalmente esta tag já é colocada pelo editores HTML.

■ Refresh

```
<META HTTP-EQUIV="Refresh"  
CONTENT="3;URL=http://www.home.com/top.htm">
```

Especifica o tempo que o Navegador usará para atualizar a leitura, opcionalmente pode ser usado para redirecionar para outra página.

■ Window-target

```
<META HTTP-EQUIV="Window-target" CONTENT="_top">
```

Especifica o nome da janela que a página atual está aberta, também pode ser usada para evitar a abertura de novas páginas em novas seções dos Navegadores.

■ Set-Cookie

```
<METAHTTP-EQUIV="Set-Cookie"  
CONTENT="cookievalue=xxx;expires=Friday, 31-Dec-99 23:59:59  
GMT; path=/">
```

Coloca um valor ao "cookie" do Netscape Navigator. Valores com data expirada serão considerados permanentes e serão salvos no disco no fechamento do Navegador.

- **NAME (valores)**

META tags com o atributo "name" são usadas para outros tipos de controles que não correspondem às chamadas HTTP. Porém muitas vezes, alguns "robôs" não fazem distinção entre os valores em "name " ou "http-equiv".

- **Robots**

```
<META NAME="ROBOTS" CONTENT="INDEX,FOLLOW">
```

Informa aos "robôs" de alguns sistemas de buscas, se devem indexar apenas a primeira página (atributo INDEX) ou se devem continuar e indexar todas as páginas (atributo FOLLOW). Outros atributos são:: "NOINDEX, NOFOLLOW"

- **Description³**

```
<META NAME="description" CONTENT="Dodge Trucks for sale.">
```

Uma pequena descrição da página usada pelos "robôs" para descrever seus documentos nos sistemas de buscas.

- **Keywords**

```
<META NAME="keywords" CONTENT="Dodge, Dodge Trucks, Trucks, Sale">
```

Palavras chaves que ajudarão a identificar seu Site nos sistemas de buscas.

- **Author**

```
<META NAME="author" content="John Jinglehymer Smith">
```

Tipicamente usado para informar o autor da página.

- **Generator**

```
<META NAME="generator" content="Notepad">
```

Tipicamente usada para informar a ferramenta HTML usada para construir a página.

³ OBS: Às vezes, o texto que surge no resultado da busca como o descritivo do site, é uma mescla da meta tag "description" e do 1º parágrafo da página.

Serviços Oferecidos pelo Google

Google Alerts

Envia um aviso toda vez que surgir um novo registro do nome da empresa ou do produto (ou de qualquer outra palavra escolhida) na web. Serviço Gratuito.

Google Mobile

Utilize o Google a partir do celular. Mais uma facilidade para que as pessoas encontrem o conteúdo desejado a qualquer hora e em qualquer lugar, mesmo longe de um computador. Por isso, é importante otimizar seu site também para os diversos dispositivos móveis, para que ele possa ser visualizado de forma correta.

Google WebSearch

Insira o campo de busca do Google em seu site. O Google indexa bilhões de páginas, imagens e documentos em diversos tipos de arquivos. Com a ferramenta de busca do Google em seu site, o usuário pode localizar o conteúdo que desejar na Internet a partir de seu site.

Google Site Maps

Criação do mapa do site para indexação do Google (indicação de todas as URL's existentes no site).

Google Analytics

Oferece estatísticas e resultados, tais como:

- Quais iniciativas de marketing são mais eficientes?
- Quais são os padrões de tráfego de meu site?
- Quais clientes e segmentos de cliente são mais valiosos?
- De onde vêm meus visitantes e o que eles fazem em meu site?
- Como meu site pode converter visitantes em mais clientes?
- Quais as principais palavras chave utilizadas que levam ao meu site?
- Qual o tipo de anúncio mais eficaz?
- Porque muitas pessoas abandonam meu site sem atingirem nossos objetivos?
- Existem elementos no design que afastam os visitantes?
- Qual o conteúdo do site em que as pessoas estão mais interessadas?



Sobre o Yahoo
Search Marketing
<http://searchmarketing.yahoo.com.br>

Buscas Realizadas em Fevereiro de 2006-03-20 para o termo Hospedagem.⁴

Contagem	Termos de Busca
62980	Hospedagem
19385	Hospedagem de site
5549	Hospedagem Grátis
2049	Hospedagem de site grátis
1772	Hospedagem gratuita
1002	Hospedagem site
998	Revenda de hospedagem
777	Hospedagem de Domínio
511	Hospedagem gratuita de site
408	Hospedagem de site gratuito

Buscas Realizadas em Fevereiro de 2006-03-20 para o termo criação de site.⁵

Contagem	Termos de Busca
6875	Criação de site
430	Criação de site gratis
166	Criação de website
78	Criação e hospedagem de site
76	Criação de site gratuitos

^{4, 5} Apenas os resultados mais relevantes estão incluídos nesta relação. Informações relacionadas aos sites associados do Yahoo.

Tabela de Comparativa Oferta/Procura de palavras-chave

Palavra-chave	Procura (P)	Oferta (O)	Competição (O/P)
Hospedagem	62.980	8.030.000	128
Hospedagem de site	19.385	4.940.000	255
Hospedagem grátis	5.549	1.340.000	241
Hospedagem de site grátis	2.049	1.060.000	517
Hospedagem gratuita	1.772	390.000	220
Hospedagem site	1.002	4.870.000	4.860
Revenda de hospedagem	998	396.000	397
Hospedagem de domínio	777	884.000	1.138
Hospedagem gratuita de site	511	278.000	544
FAPESP	3.232	2.530.000	783
Registro de domínio	5.452	1.520.000	279
Hospedagem de site gratuito	408	395.000	968
Criação de site	6875	7.030.000	1.023
Criação de site grátis	430	1.040.000	2.419
Criação de website	166	731.000	4.404
Desenvolvimento de site	1.591	8.060.000	5.066
Criação e hospedagem de site	78	830.000	10.641
Criação de site gratuitos	76	297.000	3.908