

13 Regras de Otimização de Sites, de Lisane Andrade



Parte integrante do livro Seu Sonho Tem Futuro, de Candice Pascoal

13 Regras de Otimização de Sites

Para qualquer negócio, seja ele online ou físico (um hotel, por exemplo), é importante estar presente na internet. O brasileiro é o povo que mais passa tempo na internet, são 2,9h navegando. E muito desse tempo é fazendo pesquisas no Google ou YouTube. Segundo dados da empresa, **cada pessoa faz, em média, cerca de 8 buscas por dia**. Se estamos acordados, estamos conectados.

Certamente, se você já realizou pesquisas sobre algum produto ou serviço, utilizou um buscador para auxiliá-lo a encontrar o site mais indicado para a sua necessidade. Diversos estudos apontam que sites que são exibidos no resultado do Google passam maior credibilidade para os internautas. Eles acreditam que se o site está aparecendo no resultado do Google, é porque o buscador o considera o melhor site sobre determinado tema.

Por isso, não basta apenas estar na internet, seu site precisa ser encontrado com facilidade no Google. Em média, 70% dos internautas clicam apenas nos resultados da primeira página do Google e deste total, 67% clicam nos resultados 1 a 5 da página.

Veja a seguir dicas de otimização de sites para os buscadores (em inglês, *Search Engine Optimization* ou *SEO*) e aumente a visibilidade de sua marca na internet!

1. Selecione a palavra-chave de seu negócio

Ela será a palavra principal que guiará todo o seu projeto de SEO. Caso tenha dúvidas sobre qual palavra-chave é a mais utilizada pelos usuários e adequada para o seu negócio (se é celular ou smartphone, por exemplo), faça uma pesquisa rápida com amigos. Eles são o seu melhor termômetro.

Além da palavra-chave principal, cada página de seu site também terá outras duas palavras-chave secundárias como telefone celular e aparelho celular, e sabe por quê? O Google entende sinônimos!

2. Títulos e subtítulos

Use a palavra-chave principal de cada página para construir os títulos e subtítulos dos seus textos. Lembrando que a relevância é da esquerda para a direita, então, inicie os títulos e os subtítulos com a palavra escolhida. Por exemplo, se a minha página direciona os usuários para a agenda de shows da minha banda, eu devo incluir “Agenda de Shows da Banda XPTO” algumas vezes na página. É fácil, é só pensar como o usuário buscaria por você no Google!

3. Meta Description

A Meta description (ou meta descrição) é a descrição que aparece logo abaixo da url de seu site, no Google. Ela também deve conter a palavra-chave da página, pois quando a buscarem no Google, ficará em negrito, dando maior destaque. Lembre-se de incluir um call to action, uma chamada para instigar o usuário a clicar e finalizar a ação que você deseja que ele realize em seu site. Por exemplo: “Conheça o bazar beneficente XYZ e contribua para que nossas crianças tenham um futuro mais digno. Acesse já!”

4. Urls amigáveis

Urls amigáveis são aquelas em que só de ler, você já identifica qual o tema da página e em qual parte do site está. Veja mais dicas:

- Inclua a palavra-chave principal na url;
- Evite utilizar as **stop keywords** como: o, a, e, de, para, depois, entre outras;
- Crie as urls de acordo com a arquitetura de seu site:
`www.meusite.com.br/categoria/produto` ou `www.meusite.com.br/categoria/nome-do-post`;
- Quanto mais curta, mais fácil de memorizar;
- Crie um padrão e utilize somente palavras minúsculas e com hífen ou maiúsculas com underline, se preferir. Mas, crie um padrão e utilize para todo o site;

5. Linkagem interna

É muito importante que as páginas do seu site tenham uma ligação entre elas. Desta forma, o buscador poderá conhecê-lo melhor e dará mais credibilidade, pois entenderá que seu site possui conteúdos complementares sobre determinado tema. E mais, quando você inclui links direcionando o usuário para outra página, diz para o Google que confia nela e, com isso, o buscador pode, dependendo da concorrência de seu mercado, melhorar o posicionamento da página linkada no resultado do Google.

Ah, e sempre que for linkar, inclua o link na palavra-chave da página em questão. Por exemplo, se seu texto fala sobre “móveis de madeira” e você cita sobre “móveis de madeira para sala” e possui uma página sobre isso, inclua o link nestas palavras.

6. Backlinks

Backlinks são links externos que apontam para o seu site. Quando um site linka para o seu, ele diz para o Google que confia no seu conteúdo. E mais, se você possui um site novo, ter um outro apontando para o seu é a forma mais rápida do Google conhecê-lo e incluí-lo no resultado de busca.

Porém, conseguir é uma das tarefas mais árduas de SEO. Você deve pesquisar no Google quais sites poderiam ser seus parceiros de divulgação e entrar em contato com eles oferecendo algo em troca de links. Por exemplo, se você é blogueiro, músico ou produtor de eventos, poderá enviar artigos para o site parceiro; se for um youtuber, uma troca de divulgação.

7. Imagens

Os buscadores ainda não conseguem identificar o conteúdo das imagens e, para auxiliá-los, há um atributo em HTML chamado ALT (texto alternativo). Com ele, você transforma uma informação visual acessível não só para os buscadores, mas também para os deficientes visuais que utilizam o recurso de leitor de tela. No ALT, você descreve, em poucas palavras, o que contém a imagem. Este é um recurso que deve ser utilizado em qualquer imagem de seu site. Mas, não abuse de imagens, o Google prefere conteúdo escrito e dá mais relevância para sites que sabem mesclar entre texto e imagens.

Ao buscar “[óculos Renovatio](#)” no Google, o buscador retorna as imagens utilizadas na campanha de crowdfunding [Renovatio: Óculos para quem não pode pagar!](#), veja:

Imagens de óculos Renovatio



→ [Mais imagens para óculos Renovatio](#)

[Denunciar imagens](#)

8. Vídeos

Vídeos são uma forma rápida e simples de explicar seu conteúdo. Mas, lembre-se de hospedá-los no YouTube para que você tenha boa performance no Google. É simples, basta fazer o upload do vídeo em seu canal do YouTube (se não possui, acesse [Como criar um novo Canal](#)), criar um bom título e descrição, e depois incluir o vídeo em seu site.

Vale muito a pena! E-commerces que possuem vídeos demonstrativos de seus produtos vendem muito mais!

9. Design

O design da página é outro fator relevante. O usuário pode encontrar seu site facilmente no Google mas, se ao acessá-lo, verificar que o design não é atrativo, convidativo, perderá o interesse e retornará para o buscador até encontrar um site que lhe agrade. Por isso, ao criar seu site, prefira fontes que sejam de fácil leitura, cores agradáveis, um design mais clean.

As fontes mais fáceis de serem lidas online e com aparência “simples” são as Sans Serif: Helvetica, Arial e Verdana. Elas são ideais para a internet. Mas, não use mais do que duas fontes em seu site. Sugiro usar uma para o texto e outra para os títulos, apenas.

10. Layout Responsivo

O tráfego de mobile, muitas vezes, supera o de desktop. Os celulares viraram computadores de mão e os usuários fazem praticamente tudo através deles: pesquisam, compram produtos, navegam nas redes sociais, ouvem música. Criar um site que possa ser acessado através de diversos dispositivos pode significar mais vendas.

11. Domínio

Na hora de escolher seu domínio, pense em quem é seu público alvo e seu mercado:

- Escolha um nome curto e de fácil memorização;
- Prefira escolher a extensão .com.br, se seu negócio se limitar somente ao Brasil. Se for um negócio global, escolha .com;
- Escolha as extensões .edu, .org, .net ou .info se for do nicho de seu negócio. Para adquirir os domínios .org e .edu, é preciso comprovação documental.
- O Google não difere a relevância entre as extensões de domínio (.org ou .com, por exemplo). Se você fizer um bom SEO, o seu site ficará bem posicionado.

12. Hospedagem

O seu serviço de hospedagem pode influenciar diretamente no ranqueamento do seu site no Google. Ao contratar um serviço de hospedagem, é preciso que ele atenda aos seguintes critérios:

Velocidade: este é um fator muito importante para o Google e os demais mecanismos de busca. Se o seu site é lento e demora para carregar as páginas, o Google o classificará como menos relevante para os usuários. O seu site pode ter ótimo conteúdo, mas nem os robôs do Google e nem os usuários terão paciência para esperar baixar todas as informações. Fique atento.

IP compartilhado: quando você compartilha o seu IP com outros sites da hospedagem, os mecanismos de buscas veem todos como uma unidade. Se seu site compartilhar o IP com outros spammers ou site de má qualidade, a relevância de seu site cairá também. Há casos de sites que não conseguiam boa classificação e, quando foram avaliar detalhadamente a hospedagem, perceberam que estavam compartilhando a hospedagem com sites de conteúdo adulto, por exemplo.

Largura de banda: muitos servidores limitam a quantidade de transferência que um site pode ter. Se um site cresce e passa a receber muitos acessos, ele poderá sair do ar. Pois, a transferência de dados será maior do que a contratada inicialmente. Isto acontece com alguns sites durante a Black Friday, por exemplo. Há um acesso absurdo, o servidor não aguenta e o site sai do ar. Ai, nem os robôs do Google, nem os usuários poderão acessar.

13 Regras de Otimização de Sites

Localização do servidor: O Google busca sempre exibir resultados personalizados para os usuários e o fator local influencia bastante em quais resultados serão exibidos. O Google consegue identificar em qual local o servidor está localizado e utiliza esta informação e muitas outras para concluir qual a localidade de cada site e em qual país ele deverá ser exibido, por exemplo. Por isso, prefira hospedagens que possuam servidores no Brasil.

Server time out: você já visitou um site e ficou esperando, esperando carregar o conteúdo e nada dele aparecer? Aposto que ficou sem paciência e foi para o site do concorrente, certo? Os mecanismos de busca também não têm paciência. Se eles fazem uma requisição para acessar o site e não recebem resposta, desistem. E seu site pode não aparecer no resultado do Google ou, se aparecer, em uma posição bem ruim.

13. Blog

Se você já aprendeu como otimizar seu texto, agora é hora de ter um blog. Esta é a melhor forma de seu site aparecer no Google para diversas palavras-chave.

Se você é uma banda de rock, escreva sobre seus shows, sobre o processo de produção dos CDs, dê dicas para quem quer entrar no mundo da música; se você é escritor, escreva sobre a produção de seu livro, o processo para captar recursos para o livro, informe sobre o seu lançamento, escreva crônicas; se trabalha com internet, escreva sobre tecnologia, marketing; a publicação destes artigos aumentam a possibilidade de você se tornar conhecido na internet.

Seu site terá mais páginas indexadas no Google e seus artigos poderão ser disseminados nas redes sociais.

Bônus!

Métricas

O bom de ter um negócio digital é que TUDO pode ser mensurado. Com a ferramenta [Google Analytics](#), é possível monitorar todos os acessos ao seu site, o comportamento do usuário, quais produtos vendem mais. É possível também analisar a performance de todas as suas divulgações online e identificar quais canais são melhores para o seu negócio. Você só investe naquilo que gera retorno.

Aproveitando, uma métrica que gera muitas dúvidas é o *bounce rate* ou taxa de rejeição. É quando o usuário acessa apenas uma página do site e sai.

O Google não sabe exatamente qual o valor da taxa de rejeição de cada site, mas ele monitora se, por exemplo, um usuário clicou em um resultado de busca, acessou o site e retornou rapidamente para o Google para fazer uma nova busca. Isto significa que aquele resultado, aquele site, não foi relevante para o usuário e poderá rebaixá-lo na página de resultados.

Social Media

O Google é capaz de ler conteúdos no Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, YouTube e outras redes sociais. Segundo Matt Cutts, engenheiro chefe do Google para assuntos de webspam, as redes sociais são sites como outro qualquer e, quando os usuários compartilham algum conteúdo, ajudam os buscadores a entender quais são confiáveis e devem ser indexados, e para quais palavras-chave. Por isso, peça para seus amigos e contatos compartilharem seu site, fazerem aquele burburinho para atrair novos prospects para o seu negócio.

13 Regras de Otimização de Sites

Veja abaixo o meu post no Facebook com a divulgação do livro Seu Sonho tem Futuro. E não se esqueça de colocar o link do site ou alguma outra forma de contato.



Agora é a sua vez! Otimize o seu site ou a sua campanha de crowdfunding na Kickante e amplie a visibilidade de seu negócio na internet. Imagina quantas pessoas por aí precisam de uma informação, um produto ou um serviço que você tenha? Aproveite!

Sobre a autora:

Lisane Andrade é CEO e Fundadora da [Blast Marketing](#).
11 anos de experiência em Estratégias Digitais. Especialista em SEO, Links Patrocinados e Métricas.
Professora em MBAs e Case reconhecido pelo Google Ads Brasil.

Para entrar em contato com a Kickante, envie mensagem para falecom@kickante.com.br