

# Google

Como chegar no topo do google|



Pesquisa Google

Estou com sorte


Não é novidade que na otimização **SEO** não existe uma fórmula mágica ou receita de sucesso. Aos que estão ingressando na área, muitas horas de estudo, acompanhar as novidades, fazer testes e ter muita paciência são dicas imprescindíveis.

O **SEO** (Search Engine Optimization) é dividido em duas partes: **on-page** e **off-page**. Tentar entender qual das estratégias é a mais importante vai demandar tempo e tirar você do foco. Lembre-se que o **SEO** é um conjunto de fatores que, somados, fazem toda a diferença, por isso, nada é indispensável.



# SEO ONPAGE

Ao criar uma estratégia on-page, leve em consideração duas coisas muito importantes: a experiência do usuário na página e a maneira que o crawler – software desenvolvido para realizar uma varredura na internet e responsável pela indexação dos sites – interpretará a estrutura HTML do seu projeto. Iniciar com um bom planejamento é fundamental para obter melhores resultados e economizar tempo.



Sites sem títulos, descrições, palavras-chave e com conteúdo desorganizado são muito comuns nos resultados de pesquisa orgânica. O que você precisa fazer é dizer para o crawler o que é mais importante em sua página, o que ele deve considerar ou desconsiderar.

## OBSERVE ABAIXO QUE A PREOCUPAÇÃO ESTÁ TODA VOLTADA A ISSO:

**1** URL amigável da página;

**2** Título da página;

**3** Descrição da página;

**4** Hierarquia de tags H1, H2, H3 e H4;

**5** Palavras-chave no conteúdo da página;

**6** Atributo Alt e Title das imagens;

**7** Links de navegação e referência;

**8** Dados estruturados;

**9** Sitemap do site;

**10** Arquivo robots.txt.

Isto pode servir, inclusive, de checklist para seus projetos. Observe que tratamos as questões de cima para baixo, pois é dessa forma que o código do seu site é lido pelos crawlers.

Em resumo, você precisa dar as diretrizes para o robô. Quem deverá determinar a forma que o crawler lê a sua página é você, caso contrário, terá que contar com a sorte.

# SEO OFFPAGE

Ter domínio sobre a estratégia off-page é muito importante para obter sucesso em seu projeto de **SEO**. Muita gente acha essa parte complicada e acaba deixando de lado a estratégia.

Aqui na agência, nós começamos evidenciando três coisas: **o blog, o link building e os guest posts**. Vamos entender como funciona essa estratégia?



# Crie um blog e gere conteúdo relevante

Os blogs geram uma infinidade de recursos favoráveis ao **SEO**, como, por exemplo, o aumento do tráfego orgânico, tempo de permanência no site, índice de autoridade da página (PA) ajudam na alimentação dos perfis sociais. Além disso, eles também elevam as chances de parcerias para link building e guest post.



## Dicas importantes:

Crie seu próprio conteúdo, traduza posts de sites de fora do Brasil, compartilhe o conteúdo do seu blog em todos os seus perfis sociais e tente manter contato com outros proprietários de blog que postem assuntos similares ao seu. Com algumas horas dedicadas por dia, você poderá **obter excelentes resultados.**

# Montando uma estratégia de **Link building**

Depois de algum tempo no SEO, é natural que você faça muitos contatos com donos de blogs, redatores de portais de notícia, etc., e as suas chances de conseguir links bons vão aumentando.

Até lá, não se desespere!

Não faça a besteira de comprar links de PBN, pois esse será o seu primeiro maior erro no SEO. Muitos profissionais da área cometem ou já cometeram esse engano, e se ainda não se arrependeram, vão se arrepender.

**Lembre-se que no SEO a paciência é fundamental!**

# Montando uma estratégia de **Guest post**

A estratégia de guest post é uma das melhores maneiras de conseguir links de qualidade. Essa técnica tem como principal objetivo **gerar links do follow**, que apontem para o seu site.

# Como funciona?




Você escreve um artigo, nele coloca um link com um texto âncora, que aponta para o seu site, e pede para o proprietário do blog publicar.

O mais importante nessa estratégia é focar em blogs e portais com autoridade de página e domínio altos, e que tenham assuntos similares aos do seu blog.

# FATORES DE RANQUEAMENTO

Ao todo, existem 250 fatores de ranqueamento considerados pelo Google. Para facilitar a vida de quem trabalha com **SEO**, empresas como SEMrush e Moz lançam um estudo anual apontando quais são os fatores que eles consideram mais importantes na opinião deles.



**Ao longo de mais de 10 anos de pesquisas,** nós também formamos a nossa opinião sobre o que consideramos ser de fato imprescindível no **SEO**. Neste e-book listamos os 10 principais fatores de ranqueamento para o posicionamento orgânico de palavras-chave que consideramos importantes:

# 1. Tempo de domínio

Os blogs geram uma infinidade de recursos favoráveis ao **SEO**, como, por exemplo, o aumento do tráfego orgânico, tempo de permanência no site, índice de autoridade da página (PA) ajudam na alimentação dos perfis sociais. Além disso, eles também elevam as chances de parcerias para link building e guest post.





## 2. Visitas diretas no site

O tráfego direto também é um ponto positivo considerado pelo Google. Sites que recebem visitas diretas tendem a ser de melhor qualidade, se comparados àqueles que não recebem. Com isso, eles ganham maior relevância.





### 3. Total de IPs de referência

A quantidade e a variedade de IPs é fundamental para a otimização SEO. A quantidade de links pode ser um índice de autoridade do seu site e a variedade pode ser um índice de links criados espontaneamente, sem manipulação. Nessa estratégia, dê prioridade à qualidade dos links e não a quantidade.

## 4. Certificado SSL

Desde 2016, o Google tem focado na segurança de seus usuários e passou a dar mais importância para os sites com o protocolo HTTPS. E essa, sem dúvidas, continuará sendo uma tendência para os próximos anos.



## 5. LSI

As palavras-chave LSI (palavras-chave de indexação semântica latente no conteúdo) ajudam os mecanismos de busca a extrair o significado de palavras que tenham mais de um sentido, por exemplo: Apple, a empresa de computadores, e apple, maçã em inglês. A presença / ausência de LSI também atua como um sinal de qualidade de conteúdo.



## 6. Palavras-chave no texto âncora

Em sua estratégia de link building, é aconselhável que você use palavra-chave no texto âncora. Isto é, utilize a palavra-chave de seu interesse como link para seu site. As âncoras geralmente fornecem descrições mais precisas de páginas da web do que as páginas em si, como, por exemplo, sinalizar para onde o usuário vai.

Assim, o Google entende que existe uma semelhança do link com a página de destino e dará relevância a ela.



# 7. Densidade de palavras-chave



Outro fator polêmico de ranqueamento é a densidade de palavras-chave. Muito se discute sobre o assunto e qual a quantidade ideal para usá-las.

Com base em nossa experiência, a densidade de palavras-chave é um fator de extrema importância e que dá resultado. Por isso, é aconselhável que a estratégia seja usada com moderação, levando em conta, também, a experiência do usuário.

## 8. Vídeio na página

Um vídeo é sempre considerado uma contribuição valiosa e faz toda a diferença na experiência do usuário. Além disso, esse recurso visual também aumenta o **tempo de permanência** na página. Por isso, sempre que possível, adicione um vídeo à sua página.

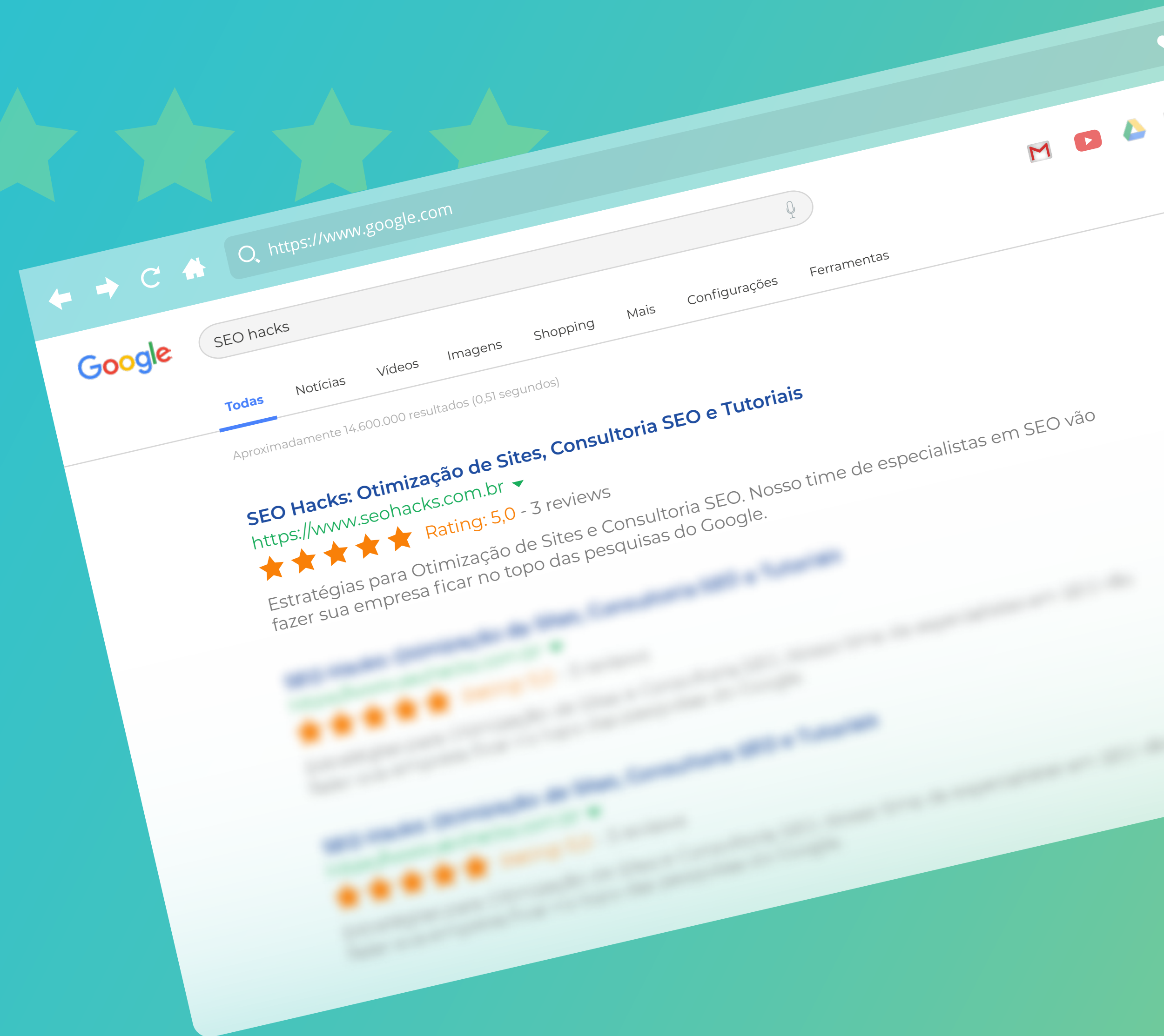




# 9. Rich Snippets



Rich snippets ou fragmentos ricos, no português, são informações adicionais que aparecem nos snippets, como as avaliações dos usuários, que são exibidas ao fazer uma busca por uma página do Facebook, por exemplo.





Sites que oferecem essa informação complementar ao usuário, que ajudam a decidir se ele quer ou não clicar nesse resultado, tendem a receber mais visitas, aumentando a taxa de cliques e diminuindo a de rejeição, consequentemente isso **eleva sua relevância.**

# 10. Velocidade de carregamento da página

Sem dúvidas, a velocidade de carregamento da página está entre um dos fatores importantes de ranqueamento, devido à experiência que o usuário terá ao acessá-la. Afinal, hoje, em tempos de instantaneidade, esperar uma página carregar por alguns segundos já parece uma eternidade e, com isso, uma parcela dos visitantes abandona o site antes mesmo dele abrir.



É preciso lembrar que os spiders dos mecanismos de pesquisa podem estimar a velocidade do seu site com bastante precisão, com base no código HTML da sua página. Por isso, é sempre importante estar atento a velocidade de carregamento da sua página e buscar otimizá-la o máximo possível.



**ESPERAMOS QUE ESTE MATERIAL TENHA SIDO ÚTIL PARA VOCÊ EM SUA ESTRATÉGIA DE *SEO*.**

*Ficamos à disposição para esclarecer eventuais dúvidas!*

Nosso canal de atendimento é o:

**[contato@seohacks.com.br](mailto:contato@seohacks.com.br)**

