

Prepare o seu site para ser mobile friendly e evite perder tráfego móvel!

O Google anunciou recentemente que a partir de 21 de abril de 2015, vai mudar os algoritmos para os rankings no mobile. O Google vai dizer se o site é mobile-friendly, como também vai usar este fator para atribuir um ranking às páginas do site, de forma a determinar se as páginas aparecerão em melhores posicionamentos nos resultados de pesquisa. O Google passará a reordenar os resultados de pesquisa, para dispositivos móveis, consoante se o site é mobile-friendly ou não. Atualmente mostra um pequeno aviso a dizer se determinado site é mobile-friendly ou não. Veja o exemplo. Nesta pesquisa para a palavra “formal dresses”, podemos ver o aviso a fazer referência se aquela página é ou não mobile-friendly. Até agora o Google limitava-se a informar o utilizador deste facto, mas a partir de 21 de abril vai também deixar que esta informação influencie os rankings. A razão para esta mudança nos rankings deve-se ao aparecimento dos dispositivos móveis, tais como os smartphones, através dos quais o acesso aos sites é cada vez maior. Segundo um estudo realizado, os smartphones são um importante ponto de acesso para a pesquisa em que 46% (*estudo de Google partners 2015) das pessoas efetuam pesquisas no mesmo todos os dias. Da experiência que retiramos dos nossos clientes, verificamos que o tráfego móvel tem aumentado significativamente. No primeiro trimestre de 2014 para o primeiro trimestre de 2015 aumentou de 12% para 25%. Mais do que uma duplicação, a continuar assim, o tráfego originado via mobile passará a ser mais de metade do tráfego em 2016. O Google refere que essas mudanças algorítmicas terão um impacto significativo nos resultados de pesquisa móvel, tendo influência em todos os idiomas do mundo inteiro. Quando o Google refere que o impacto é significativo, quer transmitir que de facto farão notar no tráfego para o site. O objetivo desta alteração, segundo o Google, é dar aos utilizadores resultados relevantes, de alta qualidade e que estão otimizados para os seus dispositivos. Para evitar perder rankings para as páginas do seu site e se não sabe se é mobile-friendly comece por ver se é ou não, [aqui](#). Por outro lado também poderá aceder ao Webmaster Tools (GWT) do seu site, para ter acesso à lista completa dos problemas de usabilidade móvel. Para que o seu site seja mobile-friendly precisa de ter algumas características em conta como: - O tamanho da fonte adaptado ao tamanho do ecrã; - Imagens adaptadas ao tamanho do ecrã; - A largura do conteúdo adaptada ao tamanho do ecrã; - Os links não devem estar muito próximos para os utilizadores conseguirem clicar facilmente. Quanto às soluções que existem para tornar o seu website mobile-friendly, existem duas que consideramos as mais importantes. Uma opção é optar por um design de site que seja responsivo. Este tipo de designs adaptam a exibição da página, por isso pode manter mesmo URL para os diferentes tamanhos de ecrã. Um outro caminho poderá ser optar por uma versão mobile, onde neste caso é criada uma nova versão de página, num URL diferente, para o ecrã do dispositivo. O Google recomenda que se faça uso de [sites](#) que sejam responsivos, em vez dos outros designs de parceiros. Tenha em atenção todos estes fatores e não deixe de adaptar o seu site para mobile. Ao seguir as recomendações do Google estará a garantir que não vai perder rankings para nenhuma página do seu site, consequentemente manter o tráfego e talvez aumente. Fale connosco para o ajudar-mos: <http://www.moreleads.pt/consulte-nos/>

Sobre o Autor

A Moreleads é uma empresa de consultoria e agenciamento que atua nas áreas do SEM (Marketing nos motores de pesquisa: PPC e SEO), E-commerce (comércio eletrónico) e AdSense (receitas através do Google). Ajudamos empresas a melhorar os seus resultados no ambiente internet fazendo uso dos conhecimentos e experiência da sua equipa que é composta por profissionais, técnicos / gestores de campanha, qualificados pelo Google e contam com uma experiência acumulada de 40 anos nas áreas de Marketing e Publicidade.

Source: <http://www.artigopt.com>