

Escolhendo sua empresa de SEO em 2013

Para a grande maioria das empresas e de pessoas SEO, Search Engine Optimization ainda é um grande mistério, pois muitas veem sites na primeira página do Google e de outros mecanismos de busca, porém não fazem a menor ideia como esses sites chegaram a tão boas posições. A indústria de SEO é muito ampla e as oportunidades dentro das áreas de marketing de busca e marketing digital são ilimitadas cabendo somente a empresa ou ao profissional direcionar o planejamento da melhor forma possível junto ao cliente. Atualmente a grande maioria das empresas está começando a buscar mais informações sobre SEO e das grandes oportunidades que existem estando em posições privilegiadas no Google, porém junto com as informações aparecem dúvidas e essa dúvida deixa grandes empresas que precisam e querem investir em marketing de busca em uma posição complicada quando o assunto é escolher uma empresa que terceirize esse tipo de serviço. Escolher uma empresa de [SEO](#) não é uma tarefa fácil, pois mesmo tendo muitas informações sobre otimização de sites e SEO o modo como realizado e desenvolvido o processo ainda assombra muitas empresas, pois é difícil para o especialista em SEO explicar para o cliente e difícil para o cliente entender o que o especialista está tentando explicar. Dessa forma o cliente parte do pressuposto de "CONFIANÇA" e "PREÇO". Confiança se o especialista explicar todas as etapas de modo conciso, prático e convincente. Preço se o valor estiver dentro dos parâmetros que o cliente tem em mente. Especialista em SEO VS Profissional de marketing justamente nesses dois pontos que muitas empresas escorregam e acabam cedendo ao bom marketing pessoal e preços de uma empresa de SEO, porém existem grandes diferenças entre um especialista em SEO e um especialista em marketing. O especialista em SEO tem o conhecimento de marketing de busca que envolve correta pesquisa e escolha de palavras-chaves, marketing correto de links apontando para seu site e pesquisa frequente aos temas mais buscados e mudanças no perfil do usuário. Já o profissional de marketing tem conhecimento de mercado, porém a venda na internet é totalmente diferente da venda presencial. O cliente que busca algo na internet ele desenvolve padrões de busca para encontrar o que deseja e esses padrões mudam constantemente, já o cliente que compra fora do mundo digital tem outras tendências para comprar o que deseja. Esse é um dos pontos que muitas empresas erram na hora de contratar uma empresa. Confundir o especialista de marketing com o especialista de SEO. São tipos de marketing que a olho nu parecem ser a mesma coisa, mas são diferentes. Tipos de empresas de SEO Vamos citar e deixar bem explicado cada perfil de vendedores de SEO e de empresas de SEO que atualmente oferecem seus serviços na internet. Revendas de SEO Esses tipos de profissionais são vendedores de negócio e tem um forte poder de convencimento e com baixos preços de mercado. Em contrapartida não tem nenhum conhecimento sobre marketing de busca ou otimização de sites e terceirizam 100% do serviço com reais empresas de SEO ou profissionais autônomos que existem no mercado. Essas empresas são focadas em taxas de conversão para o cliente e sim em aumento de tráfego. Muitas vezes essas empresas não explicam como funciona o projeto e somente prometem ao cliente a primeira página em curto período de tempo e a um valor acessível. Revendas de Links patrocinados Esses tipos de empresas são as que mais existem no mercado brasileiro e se bobear nem sabem o significado de SEO. São empresas que prometem ao cliente a primeira página do Google em menos de três dias ou uma semana, porém na verdade essas empresas são empresas de SEO e sim administradoras de links patrocinados onde o cliente paga para a empresa e essa empresa cobra um valor mensal para anunciar nos links patrocinados. O cliente muitas vezes não está preocupado onde vai aparecer, e muitas vezes nem sabe diferenciar o que busca orgânica e o que busca patrocinada, para ele o que importa é estar em primeiro no Google. O grande problema dessas empresas que elas em sua grande maioria não passa ao cliente quanto investido nos links patrocinados e muitas vezes nem dizem que vão investir nos anúncios do Google, elas simplesmente prometem a primeira página do Google. Links patrocinados não é SEO. Link patrocinado é SEM (Search Engine Marketing), ou estratégias de publicidade que são realizadas fora do site e não envolvem em nada na otimização em si do site. Prestem bastante atenção quando uma empresa for oferecer serviços e tenha certeza que do quanto e onde você está investindo. Normalmente essas empresas não dão suporte de dúvidas ao cliente e muito menos realizam o envio de relatórios de origens de tráfego e quantidade visitas no site. A empresa de SEO que você deve ficar longe Empresa de SEO que prometam para você um tempo posicionamento em menos de um mês ou semanas. Essas empresas irão enviar seu site para milhares de diretórios de busca que não agregam nenhum valor para seu site além de usarem de técnicas para manipular os mecanismos de busca e fazer seu site correr o risco de sumir dos mecanismos de busca para sempre. Entendam que o SEO limpo e correto gera resultados aos poucos, mês a mês e não da noite para o dia. A empresa que você está procurando As empresas de SEO que fazem um trabalho limpo e correto são honestas com seus clientes e não fazem promessas que não possam cumprir. Elas sempre explicam cada etapa do processo e deixam bem claro que SEO não é uma ciência exata e sim um jogo de tentativas de erros até dar certo. Isso demanda tempo e muito boas estratégias de marketing digital, pesquisa frequente e correta de palavras-chaves e bom marketing de links que apontam para seu site. Empresas de SEO precisam da participação ativa e frequente do cliente para ajustar estratégias no decorrer do processo da otimização do site. Sem o conhecimento técnico do cliente e total conhecimento do mercado e perfil do usuário a ser conquistado não existe SEO que funcione. Boas empresas de SEO também enviam relatórios mensais de origens de

tráfego e palavras-chaves que estão encontrando seu site, além de explicarem em detalhes de onde vêm esses usuários, que páginas são mais acessadas, local de origem que o usuário acessou seu site e muitos outros parâmetros que são necessários para que o cliente acredite e confie no trabalho que está sendo desenvolvido. Todas essas informações podem ser acessadas via Google Analytics pelo próprio cliente e é justamente através dessa ferramenta que o cliente acompanha os progressos do trabalho de otimização do site. Como último parâmetro para melhor escolher sua empresa de SEO, peça referências de outros clientes que elas já possuem. Ligue para esses clientes, pergunte como foi e como está a prestação de serviços dessa empresa e qual o retorno sobre o investimento que esses atuais clientes estão tendo. Tenha em mente que SEO é um esforço de longo prazo e pode demorar meses para seu site ter bom posicionamento no Google e em outros mecanismos de busca, porém se feito de forma limpa e correta e com a participação do cliente gera grandes frutos para sua empresa. Quanto custa SEO? É impossível mensurar um valor exato para um projeto de otimização de sites, dessa forma desconfie de empresas que fecharem um valor logo de cara sem antes analisar sua empresa ou seu plano de marketing de oportunidades a ser conquistado. Para determinar um valor exato de uma consultoria de SEO são necessárias várias reuniões e informações técnicas sobre o nicho de mercado que a empresa atua. Sem essas informações e sem saber o real objetivo do cliente não é como escolher um valor e passar ao cliente. Normalmente o valor mensal de uma consultoria SEO varia entre R\$ 800,00 e podendo chegar até R\$ 2.000,00 dependendo do tamanho do site e dos objetivos a serem atingidos. Se encontrarem empresas que oferecem uma consultoria de otimização de sites abaixo desses valores desconfie, pois você pode contratar uma empresa de links patrocinados ao invés de uma empresa de SEO. O valor de SEO assusta e não é barato mesmo, isso por que envolve muitos fatores tanto de marketing quanto de desenvolvimento e programa web. Além disso, demanda muita pesquisa e dedicação por parte da empresa. Tenha em mente que você está pagando uma consultoria de marketing digital especializada em marketing de busca. O valor de uma consultoria de marketing varia entre R\$ 1.000,00 e podendo chegar a R\$ 3.000,00. O que muitas pessoas e empresas pensam e confundem é que acham que a otimização do site é feita somente por um programador que desenvolve sites e automaticamente vinculam valores de um web designer ao trabalho de uma empresa de SEO. Otimização de sites é o trabalho conjunto de um especialista em marketing de busca e digital que repassa ao desenvolvedor ou web designer como será o projeto e a função do programador é aplicar as estratégias de marketing desenvolvidas pelo especialista em marketing de busca. Digamos que em uma escala de serviços de cada um o especialista de marketing faz 80% do trabalho de pesquisa e estudo de estratégias e o web designer faz 20% do trabalho. Se ainda sim achar muito caro pense que sua marca está na primeira página na maior ferramenta da venda do mundo. O Google. Isso supera qualquer tipo de marketing já criado até os dias de hoje. As empresas devem ter em mente que não existe departamento de marketing mais sem o uso de técnicas de SEO aplicadas a esses projetos. Isso é fato e empresas que não entenderem isso continuaram gastando milhões em marketing todo ano em ferramentas e estratégias que não funcionam mais sem o pensamento estratégico em SEO.

Sobre o Autor

Analista e consultor SEO desde de 2006, formado na Universidade Metodista de São Paulo no curso de Publicidade e Propaganda.

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