

SEO e Otimização de Sites

O que é SEO? SEO ou mais conhecido como Search Engine Optimization, significa otimização de sites para se obter um melhor posicionamento nos mecanismos de busca nas buscas orgânicas. SEO são técnicas de pesquisa de palavras-chaves atreladas ao uso de tags específicas no código do site que melhoram relativamente a relevância de um site nos resultados de pesquisa nos mecanismos de busca. Porém SEO não se limita somente a técnicas de otimização dentro do site. SEO vai muito mais além de uma simples otimização dentro do site. SEO é uma ciência nova que mistura programação com técnicas de marketing de busca e palavras-chave. SEO é diferente por que primeiramente ela mistura duas áreas distintas. A primeira delas é a pesquisa de marketing e criação de estratégias dentro dos mecanismos de busca voltados para seu público-alvo. Dentro desse marketing se inclui toda pesquisa de perfil de usuários, que tipo de pesquisa o usuário faz, como ele pensa antes de digitar o que deseja no campo de busca, e muitos outros fatores que devem ser fortemente estudados antes da criação de um projeto SEO ou de otimização de sites. A outra área totalmente distinta que se junta ao marketing é a programação em HTML ou outras linguagens de escrita na web, pois de nada adianta ter um ótimo projeto sem ter um especialista em programação que entenda a relevância e importância de cada palavra-chave e em que tag se deve colocar para que a página ganhe maior valor para os mecanismos de busca. Resumidamente SEO é a atuação de um especialista em técnicas de marketing e divulgação com a junção de um excelente web designer que tenha no mínimo alguns conhecimentos sobre SEO para aplicar essas técnicas dentro do site. SEO e relevância Como explicado anteriormente SEO são técnicas feitas dentro e fora do site para melhor posicionar seu site nas primeiras páginas nos mecanismos de busca. Mas do que adianta se ter um belo projeto SEO se entendermos como seu SEO será entendido e a relevância na classificação nos resultados de busca? Vamos começar pelo início. Todos os mecanismos de busca possuem algoritmos dentro de seus buscadores e esses algoritmos tem a função de verificar a qualidade e relevância de cada página de seu site. Nos últimos quatro anos as atualizações dentro desses algoritmos tem sido constante. Sempre para ter uma ideia das quantidades de mudanças, o Google realiza aproximadamente 500 alterações em seus algoritmos por ano, isso tudo para garantir o melhor resultado de pesquisa possível para o usuário que procura algo na web. Resumidamente são dois fatores principais que dizem se um site vai estar bem posicionado nas primeiras páginas ou não. O primeiro deles é a importância da página, ou seja, o quanto essa página é importante em relação a todas as páginas do site. Podemos resumir importância de como essa determinada página é valorizada e relevante para determinado contexto. Para uma página ser considerada importante ela deve ter muitos links de outros sites apontados para ela e claro essa mesma página deve apontar para outras páginas que tem correlação com o conteúdo da sua. Além de ter links esses links devem conter palavras-chave principais do contexto do site, pois quanto mais links com a palavra-chave principal do site apontarem para ele melhor posicionamento nos mecanismos de busca esse site vai ter. O segundo fator que interfere na classificação é o uso e administração de palavras-chave utilizadas dentro dessas páginas, ou seja, as palavras-chave devem ter correlação entre si e entre todas as páginas do site e ter uma grande quantidade de buscas por parte de usuários. Em cada processo de busca a principal tarefa dos mecanismos de busca para classificar e gerar relevância para determinado conteúdo é o quanto cada página é importante dentro de determinado contexto e o quanto as palavras-chave utilizadas na página tem correlação com o contexto geral do conteúdo na página. É importante lembrar que a relevância de uma página não está ligada ao uso de palavras-chave e muito menos a otimização realizada dentro do site. Relevância é a importância das relações que essa página tem com outros sites. A relevância de uma página é medida pelo PageRank. O pagerank de uma página pode ser classificado de 0 a 10, sendo 10 o pico máximo de relevância para uma página. Quanto maior melhor. SEO e estruturas de código Outro fator de extrema importância para os especialistas em SEO é ter a certeza que quando os mecanismos de busca passar por seus sites o mesmo será 100% entendido pelos robôs de busca e dessa forma classificado de acordo com determinada busca por parte do usuário. Os robôs de busca visitam e analisam o código dos sites, nessa análise levado em conta a organização e estrutura do código, seja ele em HTML, PHP, etc. Quando falamos de organização estamos nos referindo ao uso inteligente de tags no desenvolvimento do site. Usar tags de título com hierarquia de relevância (H1,H2,H3...etc), reduzir o máximo possível scripts e arquivos em flash dentro do código fonte pois os mesmos podem atrapalhar a análise e indexação da página pelo mecanismo de busca. Se a página tiver muitos arquivos de animação em JavaScript crie um link na página para um arquivo externo. A mesma regra vale para arquivos de formação de texto, ou seja, link seu CSS para um arquivo fora do site. Todas essas medidas deixam a página mais limpa, somente contendo o conteúdo que os mecanismos de busca quem da sua página. Fazendo isso você ajuda os robôs de indexação e garante que todo seu conteúdo será indexado e bem classificado. Se o código, a estrutura e conteúdo de um site for desenvolvido com foco em engenharia de criação junto com pensamento em SEO pode ter certeza que essa página terá um ótimo ranking e credibilidade junto aos mecanismos de busca. SEO Off-page Como explicado anteriormente SEO não é utilizar técnicas somente dentro do código do site e temos que levar muito em conta

também as estratégias SEO desenvolvidas fora do site. Temos que frisar que, o único intuito e objetivo de se criar uma estratégia de SEO fora do site é para se conseguir links de qualidade apontando para suas páginas. Links de qualidade quer dizer links dentro do mesmo contexto do seu site e ao mesmo tempo interessantes aos olhos dos usuários e dos mecanismos de busca. Atualmente uma forma legal e lícita de se conseguir links de forma natural é pelas redes sociais. Para se ter uma ideia na última atualização do algoritmo do Google foi acrescentado o valor e relevância de links para sites dentro das redes sociais. Hoje em dia apenas 27% do sucesso de posicionamento se deve ao uso correto de palavras-chave e aproximadamente 57% do sucesso de posicionamento nos mecanismos de busca se deve a criação de link building dentro das redes sociais. Sendo assim criar estratégias SEO dentro das redes sociais se torna cada vez mais importante para se conseguir um melhor posicionamento nos buscadores. Atualmente uma forma legal e lícita de se conseguir links de forma natural é pelas redes sociais. Para se ter uma ideia na última atualização do algoritmo do Google foi acrescentado o valor e relevância de links para sites dentro das redes sociais. Hoje em dia apenas 27% do sucesso de posicionamento se deve ao uso correto de palavras-chave e aproximadamente 57% do sucesso de posicionamento nos mecanismos de busca se deve a criação de link building dentro das redes sociais. Sendo assim criar estratégias SEO dentro das redes sociais se torna cada vez mais importante para se conseguir um melhor posicionamento nos buscadores. SEO e conteúdo Como visto nos dados anteriores um conteúdo SEO de qualidade é praticamente 27% do sucesso de seu projeto SEO e da otimização geral do seu site, então gerar conteúdo de qualidade com certa frequência é de vital importância para sobrevivência de seu SEO e a estabilidade no posicionamento nos resultados dos mecanismos de busca. Por serem aqueles que somente outros sites apontarem para o seu realmente bem visto hoje em dia pelos robôs de busca? Claro que não. Atualmente tanto o Google como outros mecanismos de busca valorizam cada vez mais o relacionamento entre conteúdos ou sites, ou seja, se um site apontar para você mencionando algum conteúdo em sua página o mencione também no seu site referente a esse mesmo conteúdo. Dessa forma você compartilha links de forma legal e ainda por cima ganha mais relevância por mencionar esses links dentro do contexto geral das páginas. SEO e regras gerais Dentro de todo contexto aprendido sobre SEO vamos deixar aqui algumas dicas que influenciam diretamente no posicionamento de um site nos mecanismos de busca. Idade do domínio A idade do domínio ou quanto tempo ele existe passa credibilidade aos mecanismos de busca, pois a grande maioria dos sites é abandonada com menos de dois anos de uso. Quanto mais velho o domínio mais relevância ele tem. Conteúdo SEO novo Um site frequentemente atualizado é muito mais bem visto do que um site que é atualizado mensalmente ou anualmente. Dessa forma sites atualizados diariamente ou semanalmente são muito bem vistos pelos mecanismos de busca, pois passam a impressão que o proprietário do site realmente se preocupa com o site e, além disso, os robôs de busca vivem de conteúdo e quanto mais conteúdo novo e de qualidade melhor para você e para os mecanismos de busca que vão voltar ao seu site com maior frequência. Título e URL da página Atualmente a importância do título e da URL das páginas ganhou muita credibilidade e valor na classificação nos resultados, dessa forma devemos usar palavras-chave que descrevam e resumam o real conteúdo da página.

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>