

SEO, Lojas Virtuais e Links Patrocinados

Desde os primórdios das técnicas de SEO e otimização de sites um dos grandes aspectos que ajudavam no posicionamento de um site era a quantidade de atualizações que um site tinha dentro de determinado período de tempo, por isso era apenas um aspecto dentro de muitos, mas hoje em dia os profissionais de SEO percebem que as grandes lojas virtuais como SUBMARINO ou AMERICANAS e muitas outras estão ocupando um grande espaço dentro das pesquisas pela busca orgânica e também nas pesquisas de [links patrocinados](#). Se formos fazer uma pesquisa simples no Google para comprar seja um produto ou serviço podemos observar que praticamente toda primeira página está ocupada por lojas virtuais e pior que isso, se notarmos acima nos anúncios do Google veremos que os links patrocinados também estão poluídos com grandes lojas virtuais. Agora vem a pergunta principal. Como essas lojas, que raramente e algumas até, nunca foram otimizadas não saem da primeira página do Google? Por quê? A explicação é mais lógica ao ponto de vista de técnicas de SEO e otimização de sites e a frequência na atualização de produtos desses sites, mas fora isso não existe explicação para isso, pois essas lojas usam sistema de atualizações automáticas ou incluso programada de conteúdo e isso ao ponto de vista das normas e políticas de posicionamento e classificação na busca orgânica é errado perante as técnicas de SEO, pois de certa forma manipula os resultados de busca de forma automática e não de forma automática e justa. Outra explicação seria a confiabilidade que essas lojas virtuais passam ao Google, ou seja a grande maioria delas são de alta confiabilidade e tem uma reputação com outros sites. Mas mesmo com esses aspectos ainda sim as lojas virtuais agem de forma ilicita e errada pois de certa forma manipulam os resultados de pesquisa com atualizações automáticas dentro de seus sites, e isso perante as normas e regras do próprio Google não é permitido e a punição por isso é gravíssima, podendo até ser banido de vez dos resultados de pesquisa. Lojas Virtuais e Links Patrocinados Como se não bastasse entupir a busca orgânica da primeira página com anúncios de lojas virtuais, até os usuários dos links patrocinados estão sendo prejudicados com isso, por que digamos que as lojas virtuais tem um orçamento grande para investir em anúncios do Google e na sua grande maioria jogam custo por clique justamente para ocupar sempre as primeiras posições nas pesquisas do Google e acabam aparecendo sempre nos resultados em primeiro lugar. Isso prejudica as pequenas empresas que há anos investem nos links patrocinados e não possuem a mesma quantidade de orçamento que as lojas virtuais possuem para investir em anúncios do Google, essas pequenas empresas investem pouco e muitas vezes contavam e dependiam dos links patrocinados para gerarem suas receitas financeiras. Já hoje em dia muitas estão deixando de investir no Google Adwords devido a esse problema que aparentemente nem o próprio Google está preocupado. A outra parte de usuários dos links patrocinados que não pararam de investir em anúncios do Google tiveram que aumentar muito seus orçamentos para acompanhar essa briga entre lojas virtuais e empresas normais, pois os links patrocinados funcionam como um leilão de palavras-chave e quanto maior for a procura por determinada palavra-chave maior será o custo por clique para essa palavra. Lojas Virtuais e Google Agora vamos tocar em um assunto delicado, porém importante que muitas pessoas não param para pensar. Até agora vimos uma explicação plausível para as lojas virtuais entupirem os resultados, tanto orgânicos como patrocinados da primeira página do Google. Dessa forma podemos chegar a conclusão que as lojas virtuais possam ter algum tipo de acordo com o próprio Google e outros mecanismos de busca para terem resultados sempre privilegiados no Google e em outros buscadores. Por que não teriam? Vamos pensar um pouco. O Google e outros mecanismos de busca vivem dos anúncios das buscas pagas, dessa forma quanto maior for o custo de palavras-chaves para os usuários dos links patrocinados melhor será para o Google que fatura mais. A propósito, para quem não sabe 95% da receita dos mecanismos de busca vem de anúncios patrocinados. Agora vamos partir do pressuposto que as lojas virtuais estão empurrando o custo da grande maioria de palavras-chaves para o alto, ou seja estão aumentando o custo por clique dessas palavras pelo simples fato de investirem alto nelas. Se esse custo sobe, as outras empresas que também investem nos links patrocinados também serão obrigadas a aumentar seu custo por culpa dessas grandes lojas virtuais e seus altíssimos investimentos na busca patrocinada. Entendem a lógica da coisa? Digamos que os grandes beneficiários de todo esse processo são, em primeiro lugar o Google e em segundo as lojas virtuais. Em poucas palavras, digamos que "uma mão lava a outra...". SEO e Google Perante todas essas observações é de se entender por que os investimentos em SEO cresceram tanto desde 2012 no Brasil. Muitas empresas que investiam pesado nos links patrocinados estão sendo obrigadas e investir em projetos de otimização de sites, não por livre e espontânea vontade, mas por que os links patrocinados passaram a custar três vezes mais do que custavam anos atrás. E pior que isso não estavam gerando os mesmos resultados que geravam antes das grandes lojas virtuais tomarem todo espaço dos resultados de pesquisa da primeira página do Google. Atualmente o Google fatura mais e mais com a busca patrocinada e como a lógica financeira é cruel, ele vai investir mais e mais em espaços em suas pesquisas. Investir para empresas que puderem pagar o preço de estarem na primeira página, que com certeza não será barato. Digamos que para o mercado de otimização de sites e SEO a primeira página do Google fica cada vez mais distante, mesmo com um trabalho muito bem feito, e acabamos por mudar a cultura de primeira página do Google para "segunda página do Google"...por que a primeira página será somente de propagandas e poluição de oferta de produtos e serviços. Para a grande parte dos serviços ainda temos muito

espaço dentro do Google, porém na parte de compra de produtos os resultados, tanto orgânicos como patrocinados estão entupidos de propaganda e sites de grandes lojas virtuais. Esse fim próximo, e nós profissionais de SEO teremos que investir mais pesado ainda em nossos projetos de otimização de sites, dessa forma quem sabe aparecemos no nono ou décimo lugar pra primeira página do Google?

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>