

Negócios locais podem se beneficiar de tráfego orgânico, mas a maioria ainda não sabe disso

Quando pensamos em Marketing Digital, SEO, Adwords ou qualquer outra estratégia essencialmente online, é comum ignorarmos negócios cuja característica básica seja a oferta de serviços ou bens locais. Isso porque muitos consideram que Marketing Digital seja algo reservado para grandes e médias empresas, assim a maioria dos negócios essencialmente locais não estão na internet, mas isso está para mudar.

19/10/2016 11:30:31

Com o passar dos anos, o número de sites com bons conteúdos cresce exponencialmente, o que faz com que o ranqueamento se torne cada vez mais difícil. Contudo, como a grande maioria dos negócios locais está de fora, a competição online nesse setor acaba sendo muito inferior.

Em paralelo, nos últimos anos, o Google começou a considerar em seu algoritmo o que chamamos de SEO local, que, a grosso modo, são fatores diferentes dos tradicionais que podem fazer um site ser melhor ou pior ranqueado dependendo da localização da pessoa que fez a busca.

Agora um dono de um negócio local, um negócio de bairro, como um restaurante ou uma pizzaria, pode ser encontrado pelo que pode oferecer e onde.

Isso é o que o SEO local faz, mas, para conseguir isso, é preciso seguir alguns passos.

Em primeiro lugar, é preciso definir um endereço. É extremamente importante escolher o endereço adequado que deve aparecer na internet.

Se você tem um escritório ou uma loja, por exemplo, precisa utilizar exatamente o mesmo endereço em qualquer lugar da internet. Se você não tem um escritório, mas um parceiro comercial, utilize sempre o endereço mais próximo do local de atendimento.

Na estratégia de SEO local, o endereço comercial será como o CPF, é importante que ele esteja exatamente igual em todos os lugares de modo a garantir que será adequadamente identificado pelo Google.

Depois é preciso decidir se o endereço será escondido ou não. Isto significa que o Google saberá o endereço, mas o usuário não. Serve para o caso do endereço ser a casa do prestador de serviço, por exemplo.

Caso tenha um escritório, mas não o utilize para atender o público, então também é interessante deixá-lo escondido.

O próximo passo é se cadastrar nos buscadores locais. Esses são o TripAdvisor, Apontador, Kekanto e etc. Eles são chamados de buscadores locais e, para o posicionamento orgânico, é fundamental que se cadastre o negócio em todos eles porque servem como indicadores para o Google de que o negócio faz um serviço ou vende um produto em um determinado local. Se não está presente, é bem provável – aos olhos do Google – que o negócio não seja relevante.

Depois é preciso cadastrar o negócio no browser Google Meu Negócio. Dentre todos os buscadores, é o mais importante por que basicamente é uma área do próprio Google para o registro de negócios locais, o que você faz e onde você faz.

Agora tudo que precisa fazer é criar páginas otimizadas para buscas locais no seu site!

Os primeiros 4 passos são importantes pois vão afetar diretamente como o Google percebe a popularidade do seu negócio em alguma região.

Contudo, isso talvez não seja o bastante. Dependendo do nível de concorrência do seu negócio, é importante também ter conteúdos relevantes para a busca que o usuário estiver fazendo. Não adianta ser popular localmente se o Google não identificar que o seu site é relevante para alguém que busca uma pizzaria no seu bairro, por exemplo.

Dessa forma, é preciso criar conteúdos que sejam otimizados para o seu serviço/produto e a sua localidade.

É importante também ter pelo menos uma página no site que fale explicitamente sobre o bem ou serviço prestado e sobre a localização – incluindo o endereço – de atuação. É fundamental que tudo isso esteja na mesma página. Caso contrário, se esses conteúdos estiverem separados, eles podem não ser relevantes uma vez que a busca envolve os dois lados.

Em resumo, o Google, a partir de 2-3 anos atrás, com o surgimento e expansão do SEO local, se tornou uma excelente ferramenta para pequenos negócios.

Caso você siga esses passos simples, provavelmente já será o suficiente para que o seu negócio apareça em posições de destaque no Google Maps e no resultado de busca tradicional.

