

SEO e os critérios de ranqueamento de um site nos mecanismos de busca, como o Google

É possível aumentar a visibilidade, a relevância e atrair clientes em potencial de uma empresa através de um conjunto de procedimentos que visam a otimização de um site.

03/10/2016 17:51:31

O SEO é um conjunto estratégias de marketing de busca cujo objetivo é tornar a estrutura do site amigável aos buscadores na internet e, conseqüentemente, deixá-lo bem posicionado na busca orgânica através de relevância de conteúdo, links e técnicas avançadas de otimização. Ser encontrado no Google, Bing ou Yahoo sem pagar nada é o sonho de todas as empresas. Porém, os buscadores, de forma automatizada, selecionam bons sites através de algoritmos complexos, que calculam sua importância através de diferentes fatores.

Para exemplificar o que é SEO, o consultor de marketing digital Marcos Rezende (<http://www.marcosrezende.com>) faz a comparação do site de uma empresa como um iceberg e o sistemas de buscas na internet como um oceano. "Imagine que as pessoas estivessem procurando pelo iceberg e ele não ficasse em destaque, a ponto de não ser localizado de imediato. Isso acontece porque os usuários veem apenas uma pequena parte do iceberg, a chamada parte tátil. A maior parte dele fica invisível, pois trata-se de uma parte estratégica. Lá encontram-se todas as oportunidades para elevar esse iceberg e torná-lo relevante aos mecanismos de busca, com base nos algoritmos de cada buscador. Da mesma forma que o iceberg é pesado, elevá-lo é uma tarefa de médio a longo prazo, pois é levado em conta inúmeras situações dentro e fora da página. Afinal, os buscadores querem localizar sites que tenham qualidade, propriedade, importância social e que mostrem exatamente o que o usuário quer encontrar.", afirma Marcos Rezende.

As pessoas entram no buscador para fazer uma pesquisa, digitando palavras relacionadas ao que elas querem encontrar. O sistema de buscas entrega os resultados, colocando em destaque os anúncios pagos e mostrando em ordem crescente os sites mais relevantes da busca orgânica. Se o seu site estiver otimizado para os mecanismos de busca e ele for realmente importante, as chances de aparecer na frente do concorrente serão bem maiores.

SEO envolve: planejamento estratégico, otimização, criação de conteúdo, link de retorno, monitoramento e análises constantes. Segundo dados da iProspect Blended Search Results Study, cerca de 68% das pessoas param logo na primeira página de busca. Com isso, surge a pergunta: as

empresas possuem sites relevantes suficientes para garantir esse destaque? É a partir do trabalho de SEO que uma empresa pode conquistar um melhor posicionamento nos principais mecanismos de busca na internet, como Google, Bing e Yahoo.

Para estar em primeiro lugar, no entanto, é preciso antes de tudo se fazer relevante em conteúdo e forma, melhorando a experiência de navegação do usuário de um lado e entregando o que ele quer ver, do outro.

Âncora Digital

Inteligência e Performance em Marketing Digital