

Pesquisa realizada sobre a recomendação da professora Denilce

Tema: SEO (Search Engine Optimization) – otimização de sites, otimização de buscas

Objetivos:

verificar os diferentes resultados de busca analisando entre Google, Bing e ChatGPT (incompleto devido a manutenção)

- Introdução

- ItenseSubitensobreotema

- Conclusão

- Referências

Google:

Como a própria tradução sugere, SEO é uma otimização para os motores de busca, um conjunto de técnicas que influenciam os algoritmos dos buscadores a definirem o ranking de uma página para determinada palavra-chave que foi pesquisada. Todas as empresas e pessoas que possuem um site compartilham um objetivo em comum: fazer com que mais pessoas cheguem até ele. O site é a porta de entrada para qualquer negócio hoje em dia, o que aumentou e muito a importância de trabalhar o SEO em cada página.

Falando um pouco mais a fundo sobre Motores de busca, são sistemas formados por uma série de algoritmos que têm a função de rastrear, indexar e rankear os conteúdos da web para exibi-los de maneira ordenada nas pesquisas dos usuários. Eles também podem ser chamados de buscadores, sites de busca, mecanismos de pesquisa ou search engines (em inglês).

Motores de busca funcionam basicamente em 3 etapas:

- CrawLing: Os buscadores rastreiam os conteúdos da web por meio de Spiders(na google no caso, no geral são chamados de Robôs), eles seguem as rotas que os links apontam, buscando novas informações e atualizações.
- Indexação: Logo em seguida, as páginas rastreadas são “indexadas”, ou seja, elas vão para o índice do buscador, que funciona como uma grande biblioteca de conteúdos web, onde são organizadas e catalogadas pelo seu tempo de resposta e palavras-chave pré-determinadas.
- Ranqueamento: os processos de rastreamento e indexação acontecem a todo momento, mas a ordem em que eles são exibidos nas buscas dos usuários é definida no momento do ranqueamento.

Concluimos então que para o desenvolvimento de uma página ser concluído, devemos nos perguntar como ela será julgada e catalogada pelos motores de busca,

buscando sempre entender como as etapas do ranqueamento funcionam para garantir uma boa visualização para seu cliente ou projeto social.

Referencias:

- Resultados Digitais: SEO: o que é e tudo sobre Search Engine Optimization.

2021. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/o-que-e-seo/>>

- Rockcontent.: O que é SEO (Search Engine Optimization): o guia completo para você conquistar o topo do Google. 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-seo/>>

Bing:

SEO significa search engine optimization, que representa a prática de otimizar as páginas do seu site para ranquear melhor nas páginas de resultados do mecanismo de pesquisa (SERPs).

O SEO também serve como uma estratégia de marketing confiável e barata para ajudar você a **trazer tráfego para o seu site** e aumentar suas taxas de conversão.

Search engine optimization (SEO) e search engine marketing (SEM) são estratégias de marketing que as empresas usam para alcançar sua audiência através de resultados de busca.

A diferença chave é que o SEO foca em otimizar as páginas para que elas ranqueiem melhor através de tráfego orgânico. Isso se refere a visitantes vindos de motores de busca como **Google** ou **Bing**.

Enquanto isso, o SEM usa estratégias pagas para aumentar a visibilidade do site nos mecanismos de busca. Os visitantes do tráfego pago vêm de cliques em anúncios gerados no **Google Ads** ou outras plataformas.

O SEO leva algum tempo para retornar resultados consistentes e duradouros, enquanto o SEM têm efeitos quase instantâneos. Você rapidamente verá quantos cliques e conversões suas propagandas estão gerando nos motores de busca.

Agora que explicamos uma parte desse assunto citaremos abaixo alguns fatores mais influenciam no ranqueamento dos motores de busca:

- Velocidade do site: quantidade de tempo que leva para sua página ser carregada
- Compatibilidade com mobile: muitos usuários fazem pesquisa pelo celular, tendo assim grande importância esse ponto

- Conteúdo de alta qualidade: com textos únicos e originais, o buscador irá favorecer seu site se o conteúdo for relevante ao tema.
- Backlinks: links de outras páginas que direcionam para a sua
- Experiência de usuário: medido principalmente pela taxa de rejeição e tempo de permanência do site

Agora antes de concluirmos o conteúdo vou citar brevemente SEO On-page e SEO Off-page.

O SEO on-page se refere ao processo de otimização de páginas individuais de um site para aumentar o seu ranqueamento nos resultados de busca orgânica.

Esse tipo de SEO foca tanto no conteúdo da página quanto no código-fonte HTML, que inclui tags de título, de cabeçalho e de meta descrição — para que ela tenha apelo tanto para usuários da web quanto para os crawlers dos sites de busca.

O SEO on-page também ajuda a organizar o seu conteúdo para que os web crawlers dos mecanismos de pesquisa possam facilmente analisar sobre o que é o seu conteúdo e indexá-lo para pesquisas relevantes.

Já o SEO off-page se refere a quaisquer atividades executadas fora de um site para melhorar o seu ranqueamento nos resultados de pesquisa. Ele dá uma indicação para o mecanismo de pesquisa do quão bem o público percebe um site, uma empresa ou um produto.

Como resultado, uma estratégia de SEO off-page bem construída pode ajudar o seu site a aumentar a **autoridade das suas páginas** e ranquear melhor nos resultados de busca.

Concluimos assim que existem muitos fatores que ao serem executados de forma correta na criação de um novo site, influenciam enormemente sua divulgação e importância na web, levando empresas a criarem diversas estratégias e investirem enormemente nesse tema, em busca de um marketing “fácil” e mais visualizações sobre seus produtos, levando em consideração não só questões internas, como também questões externas

Referência:

- Hostinger tutoriais: O Que é SEO? Conheça as Melhores Práticas para Chegar ao Topo dos Rankings em 2023. 2023. Disponível em:

<<https://www.hostinger.com.br/tutoriais/o-que-e-seo>.>