

Instituto Federal de São Paulo

# **Apostila SEO**

Erick Carvalho de Brito

SP3097773

2023

## Sumário

1. O que é SEO? .....	3
2. Qual é a importância das técnicas de SEO? .....	3
3. Meta Tags.....	3
4. Canonical Tag.....	3
5. Tags Cabeçalho .....	5
6. Imagens.....	5
7. Links internos .....	6
8. Referências .....	8

## 1. O que é SEO?

O SEO é composto por um conjunto de recursos usados para otimizar os sites para que eles apareçam mais alto no ranking dos mecanismos de busca e obtenham mais tráfego orgânico.

## 2. Qual é a importância das técnicas de SEO?

A importância do SEO está pautada na potencialização da sua página na Internet. É por meio dessas técnicas que você consegue conquistar mais visibilidade para o seu site, aumentar a quantidade de acessos e fazer com que sua marca seja mais confiável.

Investir nessa estratégia significa conquistar um desempenho diferenciado. Com isso, o seu site passará a gerar bons resultados ao longo do tempo e em escala, permitindo mais lucratividade e retorno.

## 3. Meta Tags

Atualmente somente a qualidade do conteúdo dos sites não é suficiente. Com praticamente milhares de sites disponíveis, os usuários raramente têm oportunidade de visitar todos eles e acabam clicando nos três primeiros resultados, que são os mais populares. E é por isso que o SEO é considerado o Santo Graal do marketing na web: um SEO excelente pode direcionar muito tráfego para o seu site.

O título do site é a autodescrição, que informa ao leitor sobre o assunto do blog. Então nem precisaria dizer que é o item mais importante nesta lista, já que um título mal elaborado pode prejudicar todo o SEO do seu site.

A meta descrição ajuda de duas formas: facilita o trabalho dos mecanismos de buscas ao detalhar previamente o conteúdo e atrai os usuários ao exibir um resumo conciso e coerente da página.

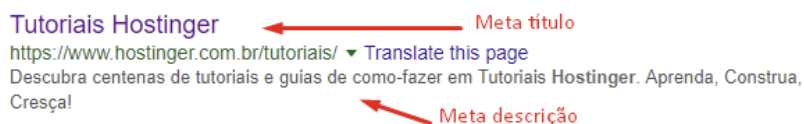


Figura 1 - Meta tags

## 4. Canonical Tag

Canonical tag é uma marcação inserida no código-fonte de páginas da web, indicando que elas são um conteúdo original. Os mecanismos de busca fazem a leitura dessa tag, que funciona como um alerta de que aquela é a página à qual o usuário deve ser redirecionado ao realizarem uma pesquisa.

Um dos grandes problemas que uma página da web pode ter na hora de ranquear é estar em uma possível situação de conteúdo duplicado. Na prática, são apenas variações de endereço, mas que se encontram em diferentes URLs. Geralmente, é algo como:

- “endereço-do-site”;
- “endereço-do-site /index.html”;

- “endereço-do-site /home.aspx”.

Se você está atendo às URLs das páginas, certamente já percebeu a existência dessas variações, mas também viu que elas levam ao mesmo lugar. Entretanto, isso pode ser um problema para os algoritmos dos motores de busca.

Afinal, para eles, o mesmo conteúdo em endereços diferentes representa duplicação de página, o que gera punição e perda de ranqueamento.

Para solucionar isso, é simples: basta usar a canonical tag na página considerada a original. Assim, ela será mostrada nos resultados como a principal, sem levar fluxo para o outro endereço.

O uso da tag é fundamental para preservar o ranqueamento de páginas importantes para uma estratégia de Marketing Conteúdo ou de Marketing Digital, de forma geral.

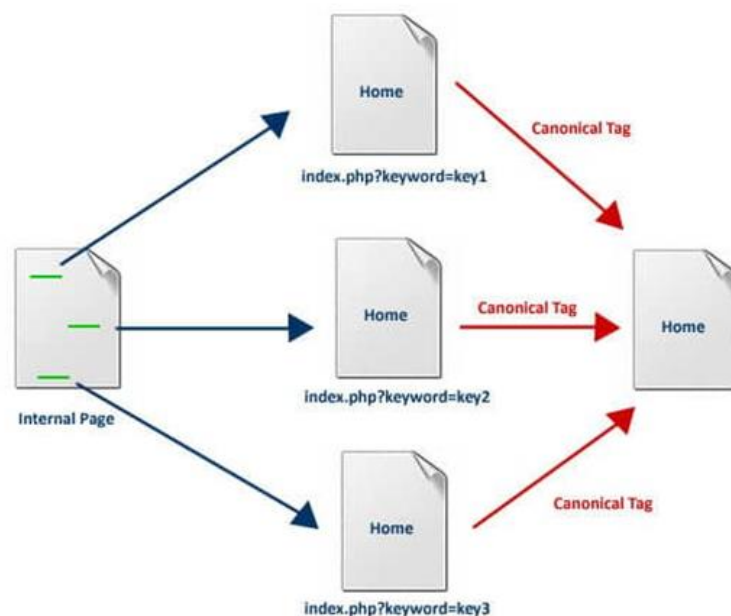


Figura 2 - Canonical Tag

Em essência, você utiliza a canonical tag da mesma forma que um redirecionamento 301, em que você indica para o algoritmo ir para outra página. Porém, a canonical tag funciona apenas para motores de busca, permitindo que você leve visitantes para aquela página.

Com a canonical tag você não deixa que as páginas com variação de URL sejam indexadas, mas permite que o usuário as acesse. Se você utilizar um redirecionamento 301, não permitirá acesso nem de um, nem de outro.

Dessa forma, a canonical tag funciona como uma maneira de otimizar seu SEO sem prejudicar a experiência de uso dos seus visitantes.

## 5. Tags Cabeçalho

As tags de cabeçalho são responsáveis por definir o cabeçalho principal de uma página (<h1>), assim como os subcabeçalhos, ou subtítulos, (<h2> – <h6>) de outras seções de conteúdo.

A importância das headings tags, ou seja, os títulos e subtítulos presentes num conteúdo, está relacionada à experiência do usuário. Da perspectiva das pessoas e dos motores de busca, essas tags são utilizadas como texto resumido, garantindo aos leitores e rastreadores a essência do conteúdo, transmitindo de forma concisa sua mensagem principal.

No mundo moderno, sabe-se que tanto as pessoas quanto as máquinas desejam respostas rápidas, os processos estão cada vez mais acelerados. Por consequência, é essencial que os conteúdos sejam desenvolvidos visando a boa experiência do leitor.

Defini-se, com isso, 6 níveis de cabeçalhos de seção em HTML, com <h1> considerado o mais importante e <h6> considerado o menos importante.

## 6. Imagens

Com 1 em cada 3 buscas na Internet sendo por imagens, há um potencial enorme de tráfego na rede para ser conquistado nos buscadores. Se seu site estiver preparado, seus resultados podem ser incríveis.

O primeiro elemento para o ranqueamento das suas imagens começa ainda no seu computador, antes mesmo do upload da imagem para seus servidores: o nome do arquivo delas.

Para otimizar suas imagens para o Google, precisamos entender uma limitação dos crawlers do buscador. Eles são excelentes para compreender textos e a relevância de certos conteúdos usando um algoritmo e dando valor às palavras-chaves.

O próprio buscador admite que usa as legendas para extrair informações e tentar compreender a imagem. Lembre que o crawler não consegue vê-la? Então, qualquer elemento ajuda a comunicar ao robô o que tem naquele conteúdo.

Todas as imagens na Internet têm um atributo ALT, que serve para descrever o conteúdo delas.

Esse é o fator mais importante para fazer SEO para Google Imagens.

O alt text serve para descrever o conteúdo da imagem em questão. Ele é útil, pois ajuda pessoas com deficiência visual (e que usam leitores de tela) a compreender o conteúdo, mas também são exibidos quando o navegador do usuário não consegue carregar o arquivo da imagem por alguma razão.

Ele é, também, mais um dos fatores que o Google usa para tentar entender uma imagem e sua relevância para o usuário.

Na hora de escrever o conteúdo do atributo alt, é importante descrever o que está na imagem de forma objetiva e breve, preferencialmente usando a palavra-chave que queremos ranquear (mas sem excessos). Veja um exemplo:

- ruim: 
- ruim: 
- bom: 

## 7. Links internos

Links internos são links em seu site que apontam para outro artigo ou página do seu próprio site. Os links internos são fatores muito importantes para SEO, pois ajudam no fortalecimento e autoridade da página para a qual se está linkando, indicando ao robô que ela é referência no assunto.

A criação de links internos é de certa forma uma prática muito simples de ser aplicada e que traz benefícios de curto a médio prazo bastante expressivos. Se no seu site você não utiliza essa estratégia, provavelmente está desperdiçando um grande potencial de melhora no peso do seu domínio para o algoritmo de busca.

## 5 dicas para criar links internos no seu site

Depois de criar toda a hierarquia e estrutura que você deseja aplicar em seu site, podemos otimizar ainda mais o potencial e o valor dessa estratégia. Para isso, preparamos 5 dicas simples e efetivas para você aplicar no seu site o quanto antes.

### 1 – Teoria dos 3 cliques de distância

Existem alguns estudos e algumas teorias que dizem que nenhum conteúdo da sua página deve estar a mais de 3 cliques de distância para um usuário, desde a home page até o conteúdo.

Essa teoria diz mais sobre a experiência do usuário do que o próprio algoritmo do Google, porém, se as páginas do seu sites estão em camadas muito profundas é pouco provável que o Google bot vai valorizar o conteúdo dessa página. Por estar tão abaixo na hierarquia do seu site, ele assume automaticamente o conteúdo que pode não ser tão relevante para os usuários.

Para deixar claro, isso não é uma regra que todos os sites devem seguir e sim uma boa prática caso seja aplicável a seu negócio.

Talvez não sirva para sites que contenham milhares de páginas, categorias, sub-categorias, tópicos, sub-tópicos, diversos tipos de produtos de várias marcas diferentes. Porém, alguns sites com essas características de muitas páginas utilizam diversos critérios de busca com filtros avançados para que os usuários encontrem o que desejam da forma mais rápida e simples possível com menos cliques.

Quando for a hora de pensar na estrutura e hierarquia do seu site, pense em manter todos os conteúdos acessíveis com menos cliques possíveis. Assim será muito mais fácil de manter uma arquitetura limpa e organizada para uso interno e também será muito mais fácil para a navegação do usuário e a leitura do Google Bot.

## 2 – Posts relacionados ou mais populares

Uma dica valiosa é utilizar plugins, caso você use WordPress, para criar uma lista de posts relacionados no fim de cada post novo. Além disso você pode utilizar um plugin na side bar do seu blog ou site com os posts mais populares, mais comentados, mais compartilhados e assim por diante.

Além de aumentar o número de páginas visitadas por usuários e tempo de permanência no site, o que é ótimo aos olhos do Google no quesito de experiência do usuário, ajuda a criar uma estrutura de link interna muito mais sólida que é feita automaticamente por plugins.

## 3 – Texto âncora relevante

Os textos âncoras tem um papel muito importante aos olhos do Google e é imprescindível tomar cuidado com essas escolhas. Mesmo criando links internos, não utilizem somente um texto âncora perfeito para o post relacionado.

O Google vai entender que você está tentando manipular o algoritmo da mesma forma, como se fosse link building e sendo assim, você pode ficar passível de uma punição severa do Google (devido a prática de black hat), com a chance de prejudicar muito suas receitas, visitas e todas as partes do seu negócio online.

Utilizar sempre âncoras naturais, com contexto no parágrafo em que ele for colocado e a página alvo deve sempre manter o mesmo conceito que foi dito no conteúdo apontando pra ele.

Também evite âncoras genéricos como “clique aqui” e “saiba mais”. Sempre dê preferência para textos âncora mais descritivos sobre o conteúdo presente no link.

## 4 – Documento com os principais links internos

Quando você possui muito conteúdo produzido, pode esquecer que tem artigos prontos sobre determinados assuntos e acabar caindo em um “limbo” de links internos, em que apenas artigos mais recentes recebem esses links.

Para isso não acontecer, você pode mapear os artigos que você tem sobre os principais tópicos em um documento (pode ser uma planilha) e, antes de publicar um novo conteúdo, verifique se ficou faltando algum link relevante.

## 5 – Não esqueça dos links externos

Enquanto os links internos melhoram a navegação do seu site, reduzem a taxa de rejeição e distribuem a autoridade do seu site, links externos passam autoridade para outros sites relevantes, aumentam as referências para o seu visitante e também são “bem vistos” aos olhos do Google, pois indicam que você participa ativamente da comunidade online.

Por isso, sempre que for relevante, inclua alguns links externos para outras referências no assunto.

## 8. Referências

- [https://www.hostinger.com.br/tutoriais/seo-wordpress-como-adicionar-meta-tags?ppc\\_campaign=google\\_search\\_generic\\_hosting\\_all&bidkw=defaultkeyword&lo=1001773&gclid=EAlalQobChMI1fnk162t\\_glVKuxcCh3PpgyvEAAYASAAEgLu1\\_D\\_BwE](https://www.hostinger.com.br/tutoriais/seo-wordpress-como-adicionar-meta-tags?ppc_campaign=google_search_generic_hosting_all&bidkw=defaultkeyword&lo=1001773&gclid=EAlalQobChMI1fnk162t_glVKuxcCh3PpgyvEAAYASAAEgLu1_D_BwE)
- <https://br.hubspot.com/blog/marketing/estrategia-seo#:~:text=Estrat%C3%A9gia%20de%20SEO%20%C3%A9%20o,melhora%20a%20experi%C3%Aancia%20do%20usu%C3%A1rio>
- <https://rockcontent.com/br/blog/canonical-tag/>
- <https://www.webpeak.com.br/blogs/anatomia-seo-tags-de-cabecalho-html-h1-a-h6>
- <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/links-internos/>