**O QUE É ALGORITMO E COMO ELE VAI AJUDAR SUA EMPRESA A VENDER ONLINE**  
  
**Você sabe o que é algoritmo e reconhece a sua importância para gerar novas vendas online? O artigo de hoje demonstra a relevância de compreender os algoritmos dos mecanismos de busca para o sucesso dos negócios que estão inseridos no meio digital.**  
 **Para conferir todas as informações sobre o assunto, siga a leitura!**  
  
 **Entenda o que é algoritmo e o que ele tem a ver com vendas online**  
  
 **Fazer um site ou um e-commerce é um dos primeiros passos que uma empresa deve tomar para ser reconhecida no meio digital e gerar vendas. No entanto, criar uma plataforma digital para a sua marca não é o bastante. É preciso investir em diferentes técnicas para atrair um bom tráfego orgânico e, consequentemente, mais clientes para o negócio.**  
 **Nesse sentido, é necessário entender a relevância dos algoritmos para o aumento de vendas online.**  
 **De acordo com a PWI, podemos compreender o algoritmo como uma sequência lógica de instruções, que precisam ser seguidas para a execução de determinada tarefa ou para a resolução de algum problema.**  
 **O Google, por exemplo, possui uma série de algoritmos que determinam o seu funcionamento. Dessa forma, os algoritmos são os responsáveis por transformar as perguntas em respostas para o usuário que está realizando suas buscas.**  
 **Em outras palavras: o algoritmo impacta diretamente na experiência do usuário.**  
 **Ao buscar o termo “comprar coleira para cachorro”, por exemplo, o usuário que está navegando no Google encontrará diversos sites que vendem o produto à sua disposição. Assim, o que determina as páginas que estão melhor posicionadas pelo termo de busca são justamente os algoritmos do Google.**  
 **Para alcançar o melhor resultado de busca, o algoritmo do Google utiliza parâmetros denominados fatores de ranqueamento. Dessa forma, para que o seu site obtenha um bom ranqueamento, ele deve seguir diferentes fatores e estar em constante atualização (afinal, os algoritmos do Google sofrem alterações constantemente).**  
 **Para vender melhor, existem duas opções: ou você faz uso de anúncios pagos para o acesso ao seu e-commerce ou aposta em técnicas de SEO para que o site usufrua de resultados orgânicos. Se a segunda opção for a de sua escolha, não há outra maneira senão adaptar o site aos parâmetros do Google.**  
  
 **Como tornar meu site atrativo aos algoritmos do Google?**  
 **Estratégias corretas podem tornar o seu site mais atrativo para os algoritmos do Google. Entre as diferentes opções existentes, merecem destaque as técnicas de SEO, que melhoram o tráfego de seu site de maneira orgânica.**  
  
 **No artigo publicado pela Marke que oferece dicas para melhorar o tráfego orgânico, explicamos que para um site consiga visitas orgânicas com maior frequência, é preciso investir nas técnicas de Search Engine Optimization (SEO).**  
 **A otimização de um site envolve diversas questões, as quais estão relacionadas à tecnologia – como responsividade, codificação e velocidade de carregamento do site -, mas também ao conteúdo, claro.**  
 **Assim, três dicas importantes para tornar o seu site mais atrativo aos algoritmos do Google são: a otimização da estrutura, do conteúdo do site e a criação de um blog.**  
  
 **(O QUE É ALGORITMO E COMO ELE VAI AJUDAR SUA EMPRESA A VENDER ONLINE. Marke**, 2018. Disponível em: <https://marke.com.br/o-que-e-algoritmo-e-como-ele-vai-ajudar-sua-empresa-a-vender-online/> Acesso em 28 mar. 2021.)  
   
 Partindo da análise do artigo da Marke, uma das dicas importantes para tornar o seu site mais atrativo e possuir uma otimização do conteúdo que será exibido em seu site.  
   
Imagine que você é um profissional contratado para desenvolver uma proposta de página mais dinâmica para uma empresa hipotética.  
 Desta forma, o seu foco nesta atividade será desenvolver um ALGORITMO EM PSEUDOCÓDIGO (português estruturado) de forma que contenha uma estrutura de armazenamento para o conteúdo de páginas dinâmicas. Mas o que armazenar? Vamos lá!  
   
Acesse o *e-commerce* da americanas.com, e entre na seção de celulares e *smartphones*, por exemplo. Note que a página está repleta de informações sobre celulares e *smartphones* na forma de imagens, *banners* e promoções. Enfim, estamos cercados de informações atuais daquele tema que está sendo produzido pela própria americanas.com.   
 No menu à esquerda, encontramos três submenus contendo: últimos lançamentos, top marcas, top modelos e categorias.  
 No conteúdo central, encontramos diversos tipos de ofertas e, quando acessado qualquer imagem ou qualquer item dos submenus, é apresentado informações específicas daquele item tais como: nome do produto, preço, quantidade em estoque, fabricante, marca, tipo do chip, Sistema Operacional entre outras características.  
   
Desta forma, em seu PSEUDOCÓDIGO, você deverá utilizar a estrutura de dados heterogêneas para armazenar em memória as especificações de um celular. De acordo com Leal e Oliveira (2020, p. 157) “As estruturas de dados heterogêneas permitem o agrupamento de informações de diferentes tipos de dados, sendo denominadas registros”.  
   
Diante do exposto, você precisa desenvolver seu **algoritmo em pseudocódigo** e atender aos seguintes critérios:  
 1 – Estrutura de Registro para armazenar 100 aparelhos celulares  
 2 – Um menu que apresente os seguintes módulos (procedimentos / funções)  
 2.1 – Cadastrar Produtos  
 2.2 – Listar todos (Aqui liste 3 características armazenadas)  
 2.3 - Listar 1 produto específico (Aqui liste 3 características armazenadas)  
   
 Considere as seguintes regras:   
 1 - Controlar o cadastro para que não haja códigos idênticos.  
 2 - Informar ao usuário se produto foi cadastro ou não.  
 3 - Informar ao usuário que o produto não foi encontrado caso ocorra.

Resposta:

Algoritmo registroCelulares

Tipo

Cad\_produto= registro

codigo: inteiro

modelo: vetor [1..50] de caractere

marca: vetor [1..50] de caractere

cor: vetor [1..50] de caractere

camera: vetor [1..50] de caractere

valor: real

Fim\_registro

Var

produto: vetor [1..100] de cad\_produto

i, codigo: inteiro

acha: logico

resp: vetor [1..3] de caractere

Inicio

Para i de 1 ate 100 faça

escreva(“Informe código do produto:”)

leia(produto[i].codigo)

escreva(“Informe o modelo do produto:”)

leia(produto[i].modelo)

escreva(“Informe a marca do produto:”)

leia(produto[i].marca)

escreva(“Informe a cor do produto:”)

leia(produto[i].cor)

escreva(“Informe a camera do produto:”)

leia(produto[i].camera)

escreva(“Informe valor do produto:”)

leia(produto[i].valor)

Fim\_para

resp <- “Sim”

Enquanto (resp= “Sim”) faça

escreva(“Informe o codigo a ser pesquisado:”)

leia(codigo)

i <- 1

acha<- falso

enquanto(i >=100) e (acha= falso) faça

se(produto[i].codigo= codigo) entao

acha <- verdadeiro

senao

i <- i+1

fim\_se

Fim\_ enquanto

se(acha=verdadeiro) entao

escreva(“O preço é:”, produto[i].valor)

escreva(“O modelo do produto é:”, produto[i].modelo)

escreva(“A marca do produto é:”, produto[i].marca)

escreva(“A camera do produto é:”, produto[i].camera)

escreva(“A cor do produto é:”, produto[i].cor)

senao

escreva(“Não há produto com o código informado!”)

Fim\_se

escreva(“Deseja continuar a pesquisa?”)

leia (resp)

Fim\_enquanto

Fim