

Atividade 2

SEO (Search Engine Optimization) – Importância, principais fatores e benefícios.

SEO (Search Engine Optimization), conhecido como Otimização para Motores de Busca, é o conjunto de técnicas que tem como objetivo melhorar a visibilidade e o posicionamento de um site nos motores de busca, na tentativa de conseguir mais visitantes e visões à empresa.

Desde os anos 2000, as práticas de SEO têm se adaptado às atualizações dos algoritmos do Google, que buscam refinar os resultados de busca para torná-los mais relevantes para os usuários. Técnicas antiéticas de otimização (conhecidas como black hat) passaram a ser penalizadas, incentivando o uso de práticas éticas de SEO (conhecidas como white hat). (SÁ, 2024).

Tal técnica surgiu juntamente com a necessidade de organizar a internet diante do aumento significativo das páginas web que surgiam, com o intuito de oferecer uma melhor experiência ao usuário e sinalizar tendências importantes ao marketing digital.

A implementação das práticas SEO nas páginas sujeitas a estudo originou um aumento do número de keywords com nota “média” de 19% para 53%. Esta melhoria, bem como o processo através do qual foi alcançada, representou um resultado promissor para a teoria proposta. (RIBEIRO, 2013).

O SEO se baseia em três processos para garantir seu funcionamento:

- **Rastreamento:** A inteligência criada varre a internet em busca de páginas mais importantes ou relevantes de acordo com o usuário;
- **Indexação:** As páginas rastreadas são processadas e armazenadas no índice e suas informações são registradas. Algumas páginas podem ganhar ou perder relevância conforme a pesquisa.
- **Ranqueamento:** O algoritmo classifica as páginas de acordo com sua relevância e seus fatores de ranqueamento.

Os processos de indexação e ranqueamento estão intimamente conectados. Por isso, as estratégias de SEO geralmente se concentram em tornar os sites mais

acessíveis e compreensíveis para os mecanismos de busca. (SÁ, 2024).

Benefícios

- **Aumento do tráfego:** o principal objetivo do SEO é aumentar o tráfego orgânico para seu site. Isso significa que, ao otimizar suas páginas para aparecerem nos primeiros resultados dos motores de busca, você atrai mais visitantes sem precisar pagar por anúncios.
- **Melhoras na experiência do usuário:** Otimizar o site para SEO melhora aspectos como a velocidade de carregamento, a navegação intuitiva e o conteúdo relevante. Essas melhorias não só aumentam o tempo que os visitantes passam no site, como também reduzem a taxa de rejeição, ambos fatores que contribuem para um melhor ranqueamento nos motores de busca.
- **Aumento da autoridade e reputação da marca:** Os usuários tendem a confiar mais em sites que aparecem no topo da lista de resultados. Isso porque eles percebem esses sites como mais relevantes e confiáveis. Portanto, uma boa estratégia de SEO pode ajudar a construir e reforçar a autoridade da marca no nicho de mercado.
- **Maior taxa de conversão:** Com o aumento do tráfego qualificado – ou seja, visitantes que realmente estão interessados no que você oferece – o SEO também pode melhorar significativamente as taxas de conversão. Quando seu site aparece nos primeiros resultados de busca para palavras-chave específicas relacionadas ao seu negócio, há uma maior chance de converter visitantes em clientes.

Referências

RIBEIRO, F. B. **Otimização de Motores de Busca como Método de Melhoria do Índice de Qualidade na AdClick**. Dissertação de Mestrado Integrado em Engenharia Industrial e Gestão. Orientador: Prof. Gabriela Beirão. Porto, FEUP. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/67749/2/26682.pdf>>. Acesso em: 17 fev. 2025.

SÁ, H. **SEO: o que é + 5 boas práticas para implementar**. Disponível em: <https://www.salesforce.com/br/blog/seo-boas-praticas-para-otimizar-o-seu-conteudo>. Acesso em: 17 fev. 2025.