

Vídeo 7.

Lettering:

SEO e Search Marketing

Se você precisar de alguma informação, qual é o primeiro local que você vai buscar? Estou certo de que a maioria das pessoas responderá Google. Hoje em dia, é difícil imaginar vivermos sem o Google. Embora estejamos tão familiarizados com a palavra Google, ele apenas do nome da marca, o produto em si é um mecanismo de busca. Isso acontece porque a empresa é responsável pela maior parte desta fatia de mercado.

Quando fazemos uma pesquisa, o Google nos mostra milhares de resultados, mas a primeira coisa que vemos é uma lista em geral dos 10 primeiros. Essa página é chamada de SERP, Search Engine Results Page (mecanismo de busca da página de resultados). Esses resultados estão divididos em duas categorias: pagos, que são os anúncios que criamos através do Google Ads, e orgânicos.

Como profissional de marketing, o que posso fazer para que as informações do meu site apareçam entre os primeiros resultados de pesquisa, sem ter que pagar por elas? Ou seja, os resultados orgânicos. O que posso fazer é uma estratégia de SEO, termo que vem do inglês Search Engine Optimization, que significa otimização de mecanismo de pesquisa.

SEO é um conjunto de técnicas focadas em melhorar o posicionamento de nosso site nos resultados orgânicos do mecanismo de busca. Essas técnicas estão sempre de alguma forma relacionadas em melhorar a experiência do nosso cliente. E por que é importante fazer SEO? Porque, além da economia com os anúncios, os resultados orgânicos trazem o usuário que está mais confiante na qualidade do seu site e propenso a converter. E o melhor é que você não precisa pagar o meio, ou seja o Google, para que seu resultado apareça em formato de anúncio. O investimento é fixo na equipe técnica que vai trabalhar a utilização, independentemente do volume de visitas gerado.

A visitação orgânica é a fonte mais rentável do marketing digital. Lembre-se de que, em média, uma grande parte do tráfego no site vem de canais orgânicos. Uma das técnicas mais recentes para otimizar os resultados e pesquisas mobile é implementar o AMP (Accelerated Mobile Pages), uma implementação do Google para carregar páginas mais rapidamente em dispositivos móveis, como smartphones.

Outra forma de integrar os resultados orgânicos do Google é através do Google My Business, que funciona exclusivamente para cadastrar as lojas e outros endereços físicos. É importante para os consumidores encontrarem o que procura tanto na busca tradicional quanto no Google Maps ou enquanto estiver utilizando o assistente de voz, como o Google Home. Para conquistar a confiança do seu cliente, é essencial investir em estratégias para o seu site, principalmente nas páginas e conteúdos relacionados aos seus produtos e serviços.