

# **SEO: Estratégias e ferramentas**

**Instrutor: Douglas Vidal**

# Sumário

## **Aula 1: Estratégias de conversão**

- Apresentação e boas-vindas .....3
- Trilha de comportamento .....9
- Jornada e intenção de busca.....31
- Criação de persona e SEO.....37
- SMO (Social Media Optimization.....54

# **Aula 1: Estratégias de conversão**

**Apresentação e boas-vindas**

# Boas-vindas!



SEO: Estratégias e  
ferramentas



Para quem é este  
curso?



Pré-requisito



O que você vai  
aprender

# Estratégias de conversão

- ❑ Trilha de comportamento e compra online
- ❑ Criação de persona
- ❑ SMO (Social Media Optimization)



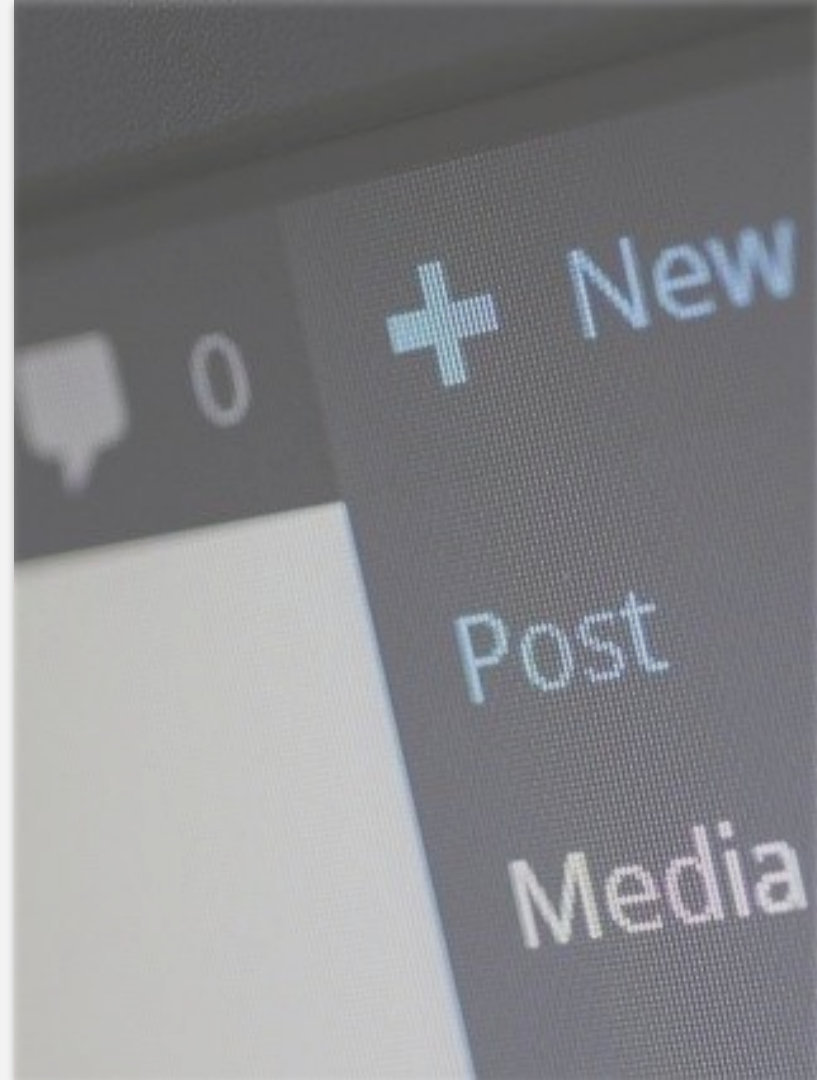
# Google Page Experience

- ❑ Largest Contentful Paint (LCP)
- ❑ First Input Delay (FID)
- ❑ Cumulative Layout Shift (CLS)



# Fatores de SEO - On Page

- ❑ A importância dos títulos
- ❑ Imagens para SEO
- ❑ Links internos
- ❑ Blog



# Fatores de SEO - Off Page

- ❑ Tipos de links em SEO
- ❑ Backlinks
- ❑ Google Optimize
- ❑ Ferramentas de análise





# **Aula 1: Estratégias de conversão**

**Trilha de comportamento**



# Trilha de comportamento e compra online

- Inovações rápidas e constantes do mercado.



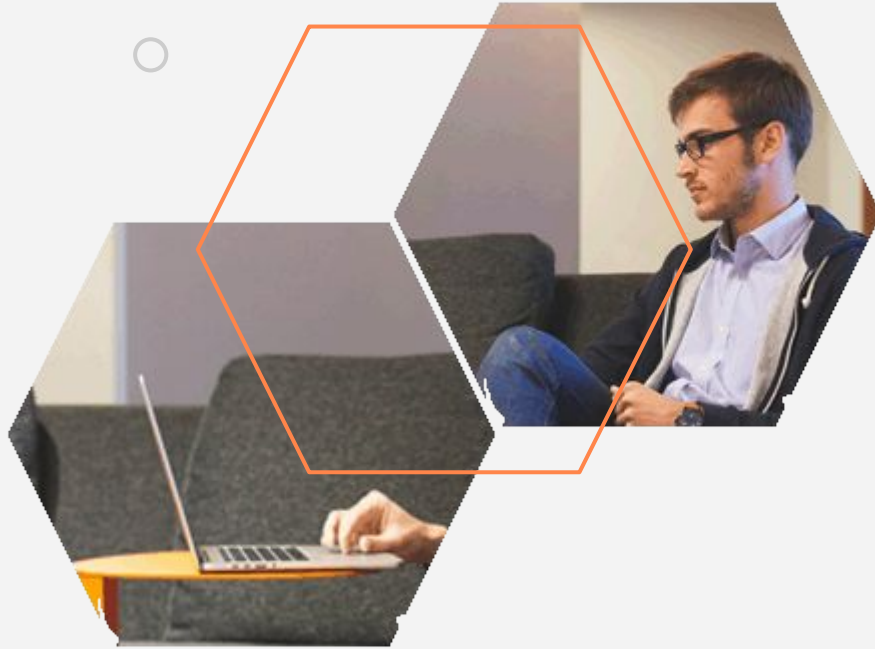
# Trilha de comportamento e compra online

- Estar atualizado.



# Trilha de comportamento e compra online

- Fred e sua paixão por Marketing.



# A jornada de Fred

O início: Trabalhou em uma pequena empresa (SEO, Métricas e Marketing Digital).





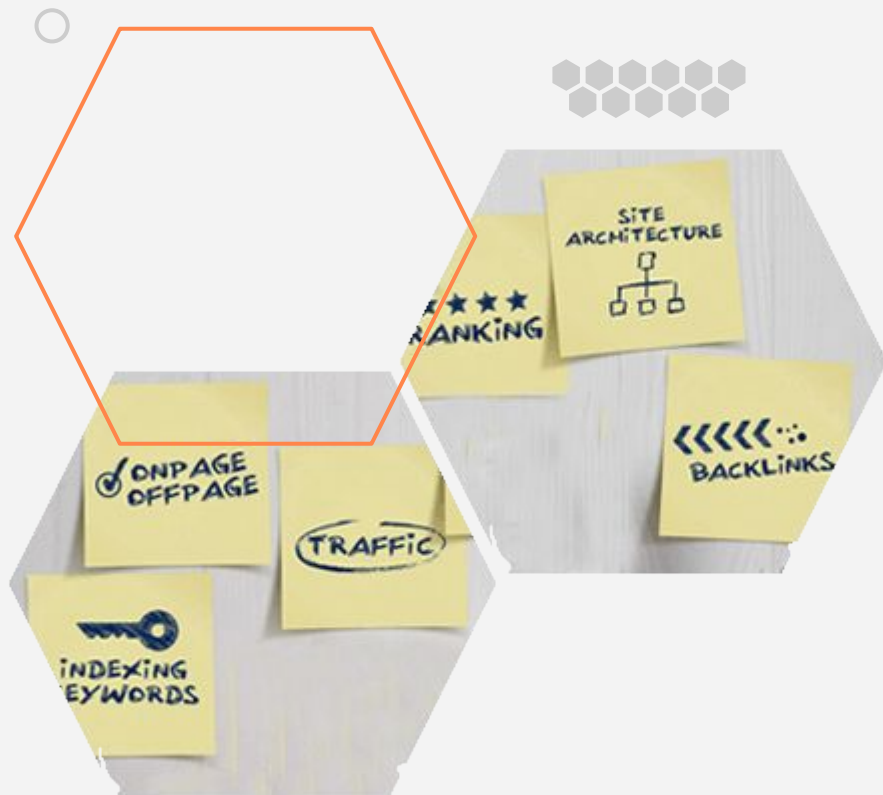
# A jornada de Fred

**Sonhos:** Voar mais alto,  
novos desafios.



# A jornada de Fred

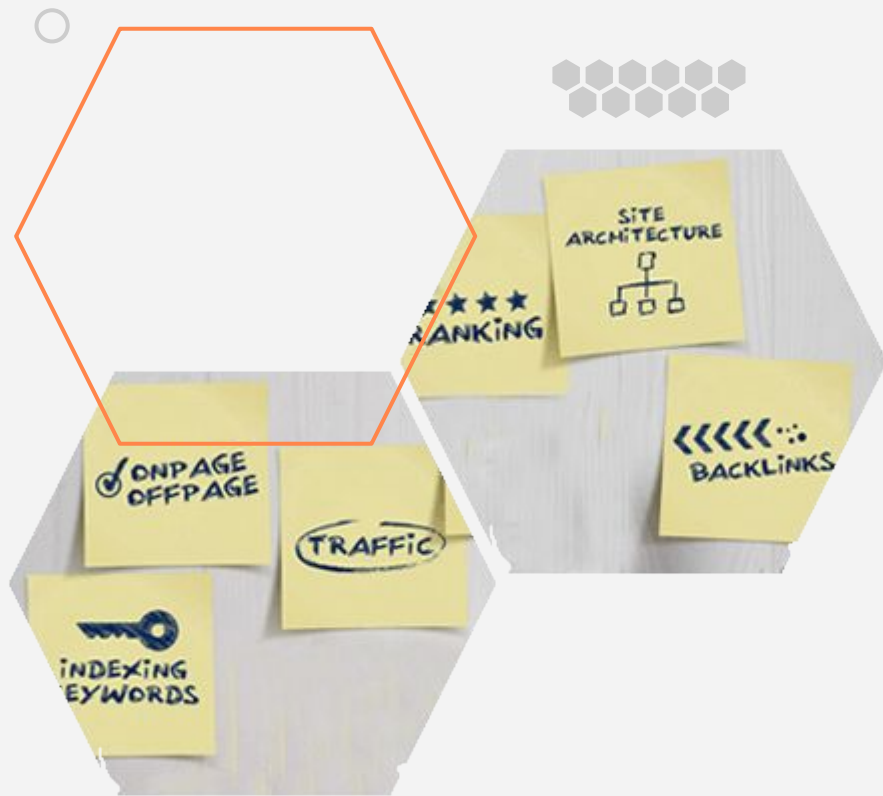
**Mudança:** Contratado pela startup Athenas.



# Elaborar o projeto de SEO

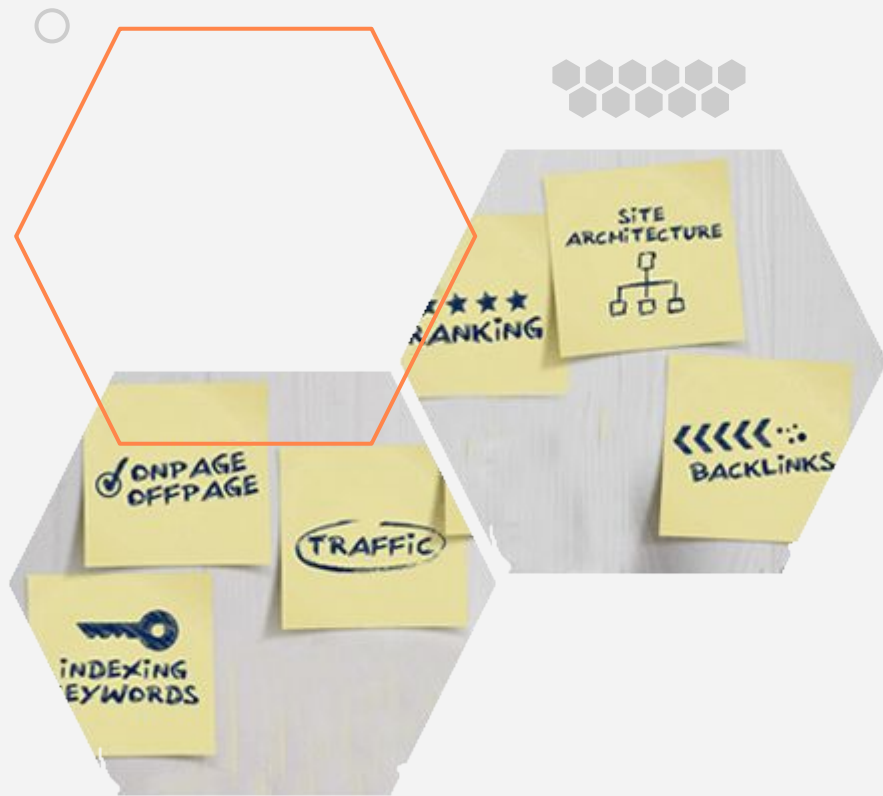
Não focar somente em elementos técnicos.





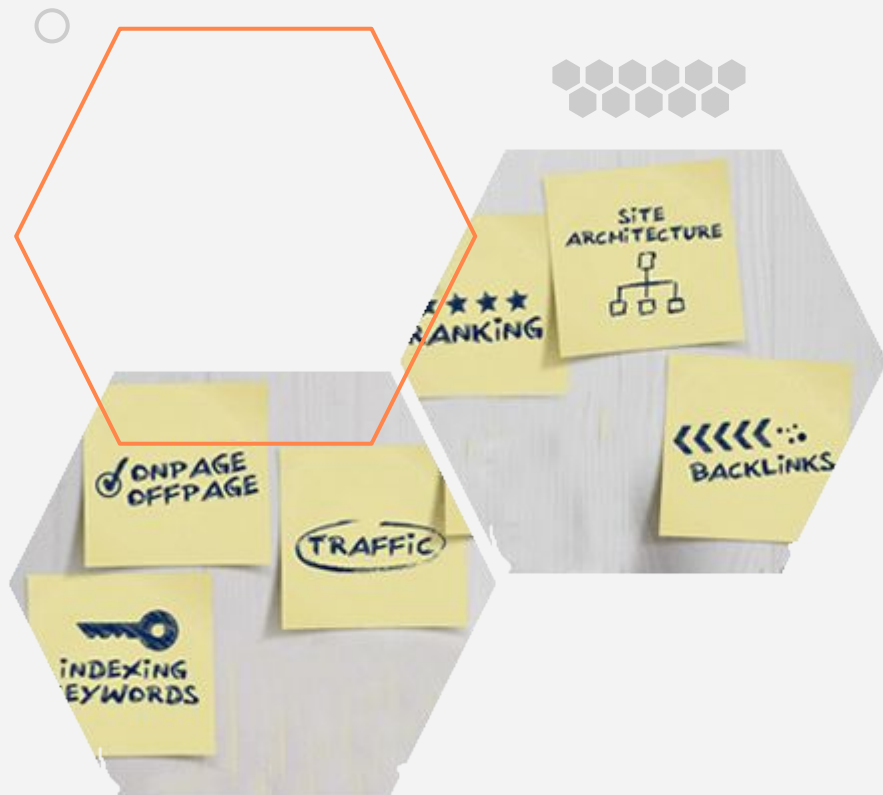
# Elaborar o projeto de SEO

Qual a experiência do consumidor?



# Elaborar o projeto de SEO

Consumidor = Pessoas



# Elaborar o projeto de SEO

Quais os seus sonhos, medos e ambições?



# Comportamento do consumidor

Relevância das estratégias de SEO;





# Comportamento do consumidor

Compreender o comportamento de compra;



# Comportamento do consumidor

Intenção de compra;





# Comportamento do consumidor

Recomendação do produto  
ou serviço.





EU  
SEI

## CONSUMIDOR 4.0

**ASSIMILAÇÃO:** Todos os dias somos expostos a diversas marcas. Qual a primeira marca do seu dia?





**EU  
GOSTO**

## CONSUMIDOR 4.0

**ATRAÇÃO:** Exposição  
e memória das marcas.  
Qual marca você  
lembra?

# CONSUMIDOR 4.0

**ARGUIÇÃO:** O consumidor busca informações. Quem são suas referências?



**ESTOU  
CONVENCIDO**



**ESTOU  
COMPRANDO**

## CONSUMIDOR 4.0

**AÇÃO:** O consumidor decide o que vai comprar. Qual momento da sua compra?



**EU  
RECOMENDO**

## CONSUMIDOR 4.0

**APOLOGIA:** O  
consumidor se sente  
satisfeito. O que te faz  
comprar novamente?



# SEO

## Números e Programações

# SEO

## Números e Programações



## Comportamento do Consumidor



# **Aula 1: Estratégias de conversão**

**Jornada e intenção de busca**

# INTENÇÃO DE BUSCA NAS PALAVRAS-CHAVES

Experiência;  
Novos conhecimentos;  
***Novos desafios;***  
Palavras-chaves e  
intenção de busca?





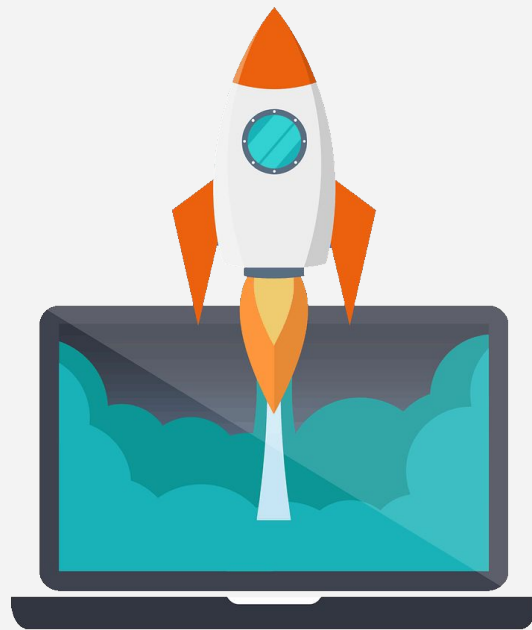
# STARTUP ATHENAS

Como investir o dinheiro

Quais são as buscas  
relacionadas?

“Dicas de Investimento”

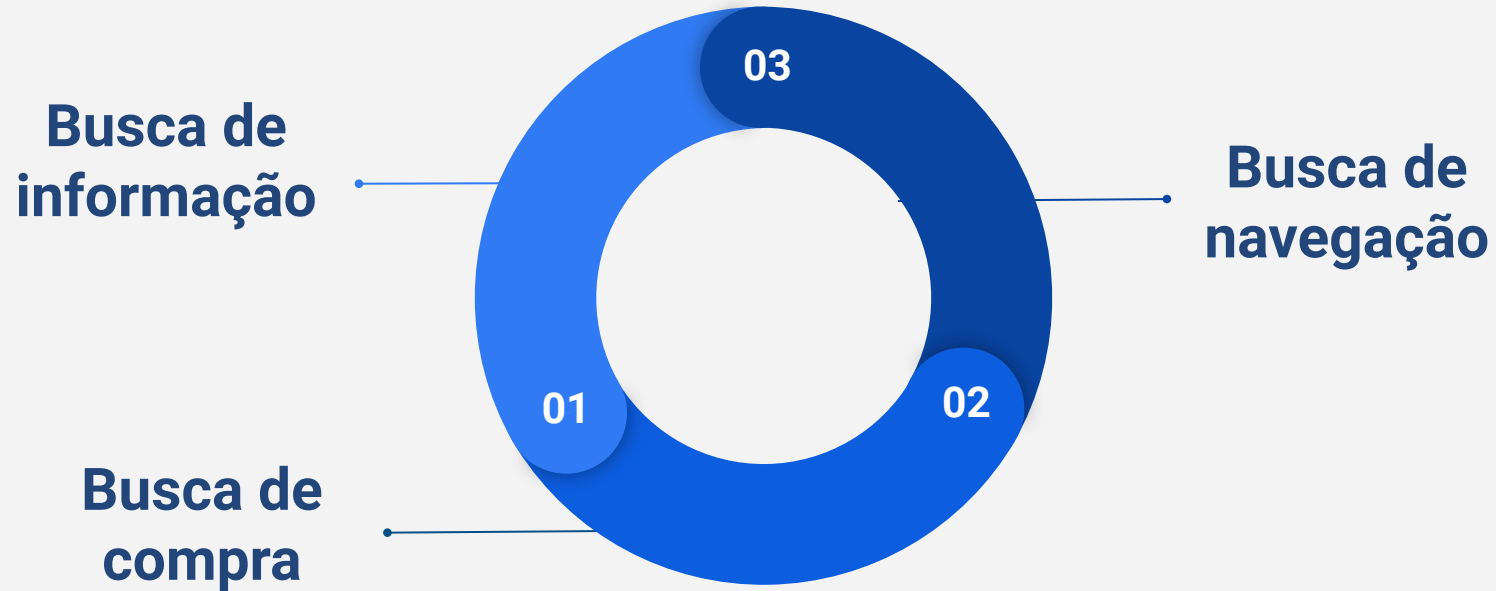
“Como fazer o dinheiro  
render”



**A finalidade do SEO,  
sob a ótica do  
consumidor, é  
facilitar sua busca  
na resolução de um  
problema.**



# TRÊS ETAPAS DE BUSCA



# ESTRATÉGIA

**3 etapas de busca  
x  
5 etapas de jornada  
de compra**



# **Aula 1: Estratégias de conversão**

**Criação de persona e SEO**

# O ENCONTRO...



Fred decide conversar  
com o seu ex  
professor...



As pessoas são  
indivíduos únicos,  
mas com  
comportamentos  
semelhantes!



○ Silvia





○ Silvia

É digital  
analytics



○ **Silvia**

É digital  
analytics



○  
○  
Gosta de viajar



○ **Silvia**

É digital  
analytics



○  
○  
Gosta de viajar

Tem um perfil  
analítico, é  
organizada...



- Busca  
melhores  
resultados  
para a empresa



○ Busca  
melhores  
resultados  
para a empresa



○ Tarefas  
operacionais a  
deixam frustrada



○ Busca  
melhores  
resultados  
para a empresa



○ Tarefas  
operacionais a  
deixam frustrada

○ Ela queria  
inovar mais

○ Quer  
independência  
financeira



○ Quer  
independência  
financeira



Não tem  
tempo para  
estudar sobre  
investimento



# PÚBLICO-ALVO

X

# PERSONA

**Público-alvo:** Características do consumidor.

**Persona:** Construção do consumidor ideal, uma representação.



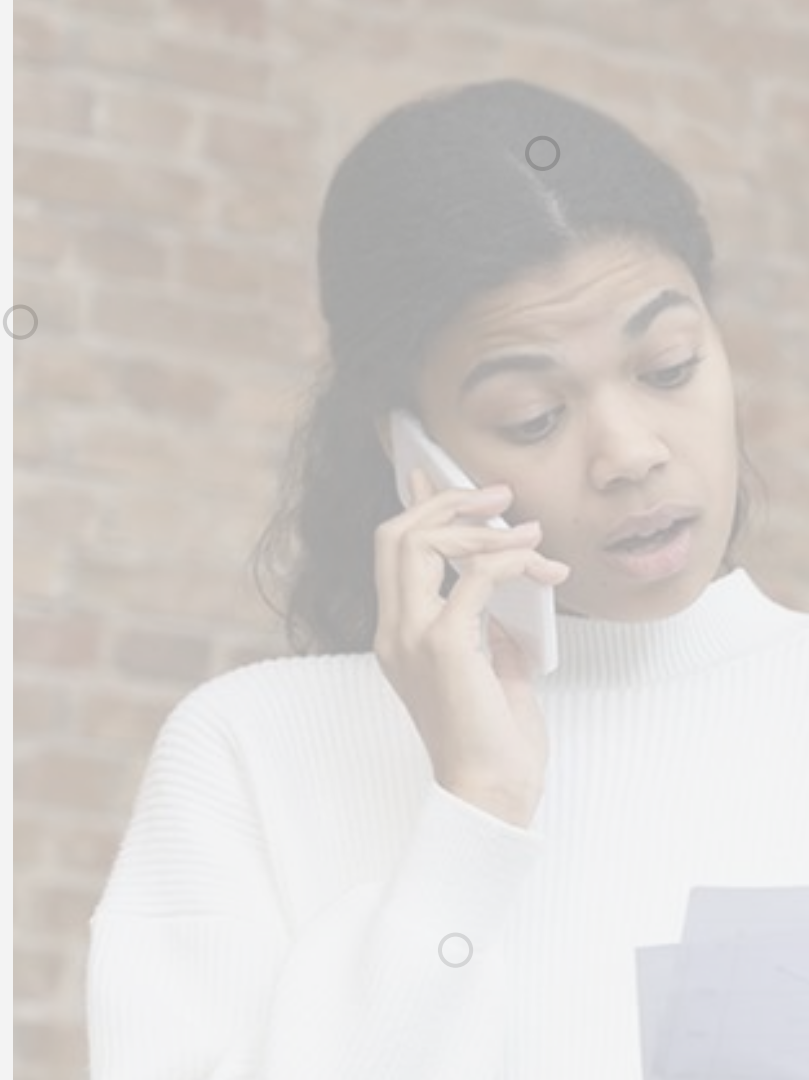
# PÚBLICO-ALVO

Definição abrangente, não descreve os hábitos, não é representativo.



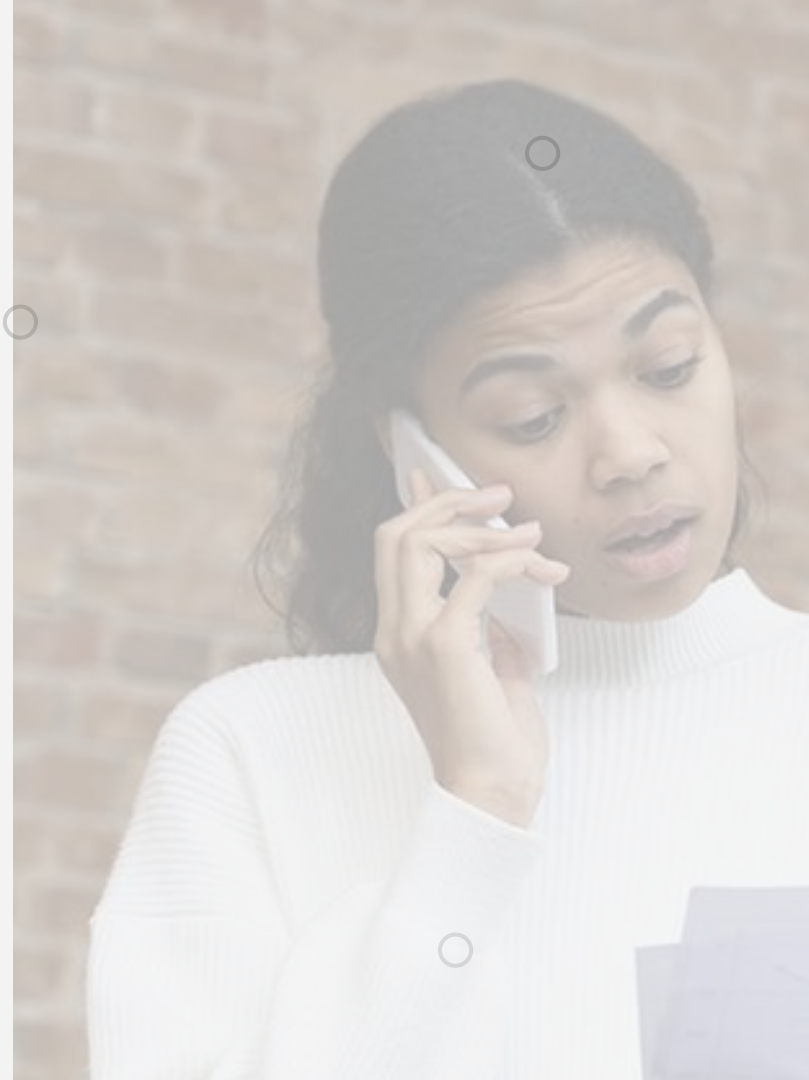
# PERSONA

- Tem uma descrição específica;
- É um personagem representativo;
- Descreve o consumidor ideal ;
- Detalha o estilo de vida.



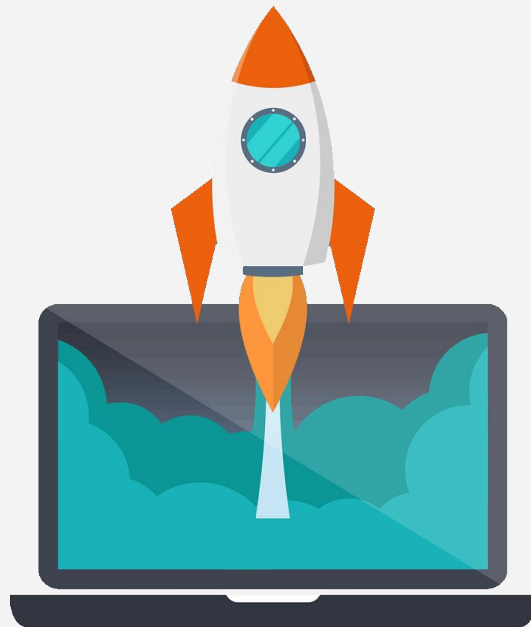
# PERSONA

A persona é um instrumento que busca compreender as relações do produto com seus consumidores.



**SILVIA**

# Melhores estratégias de SEO para a startup Athenas



# **Aula 1: Estratégias de conversão**

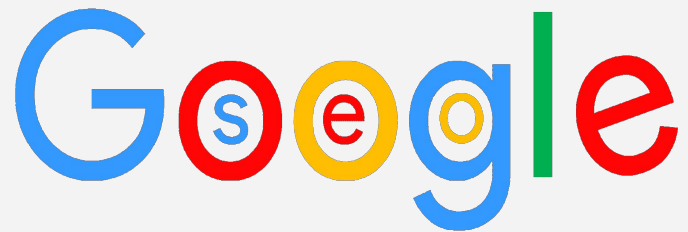
## **SMO (Social Media Optimization)**

# STARTUP ATHENAS

## Processos de inovação em SEO:

- Jornada do consumidor;
- Intenção de busca;
- Criação de persona.





SEO não se restringe apenas  
ao Google





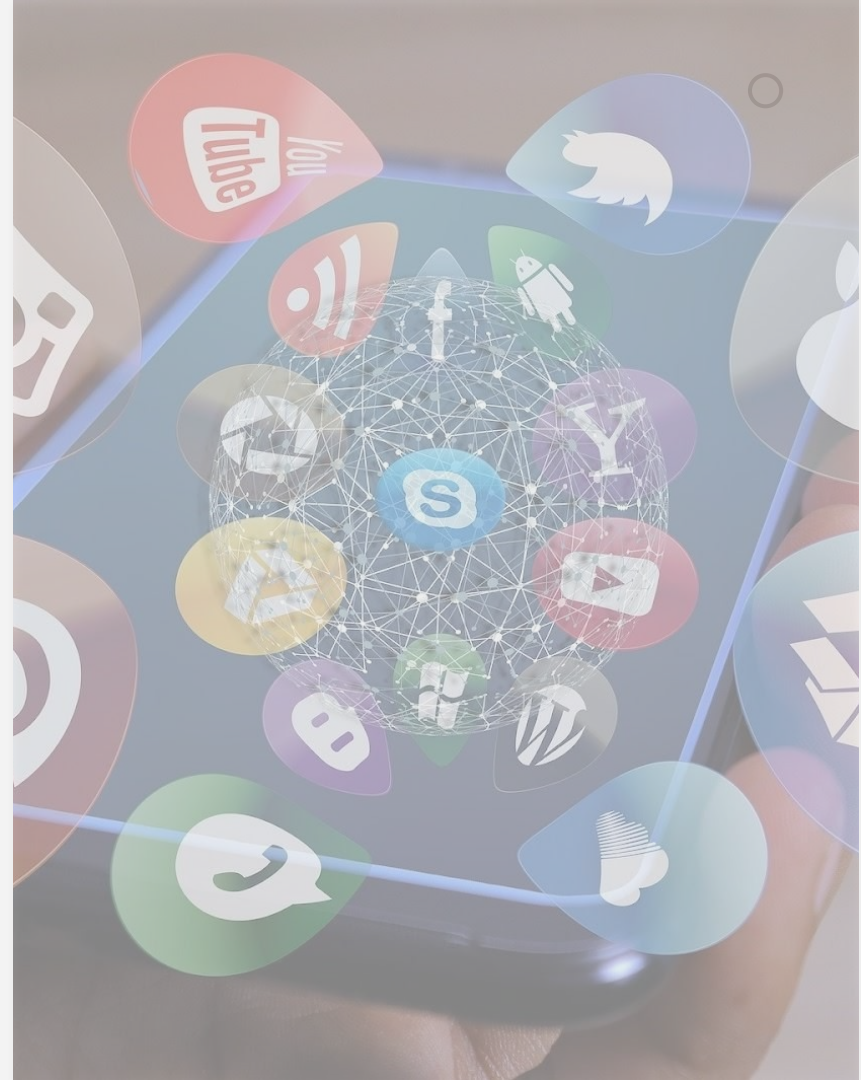
# Estratégias do **S**MO: **S**ocial **M**edia **O**ptimization



○ Cada vez mais o  
consumidor divide seu  
tempo na internet, não só  
nas buscas do Google  
mas, também, nas **mídias  
sociais.** ○



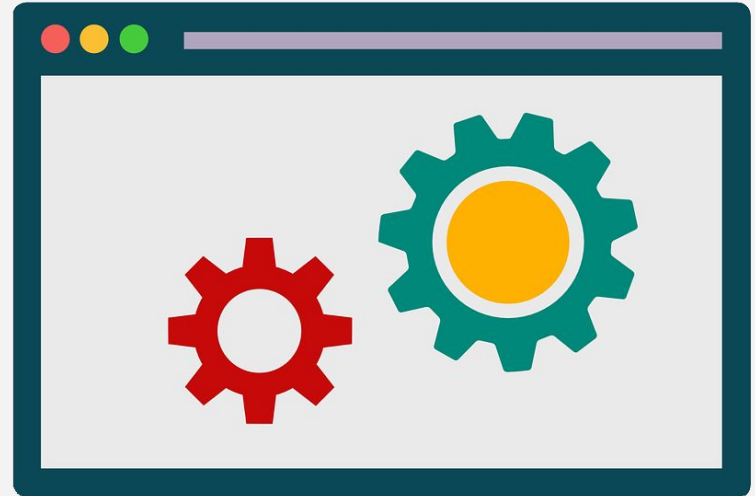
○ A mídia social mais utilizada não é aquela que oferece os melhores recursos, mas sim aquela em que a pessoa e seus amigos utilizam.○



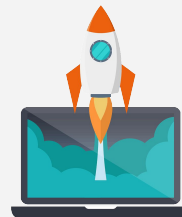
Quando o site não tem conexão  
com o que é apresentado nas  
mídias sociais pode causar  
estranheza ao consumidor.



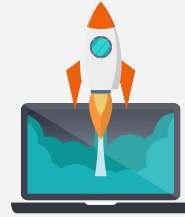
A integração das estratégias de SEO com as mídias sociais geram, na percepção do consumidor, um processo de continuidade.



# Estratégia de SMO e SEO

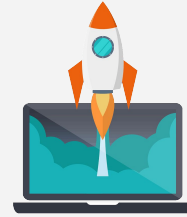


# Estratégia de SMO e SEO



Recomendação  
boca a boca

# Estratégia de SMO e SEO

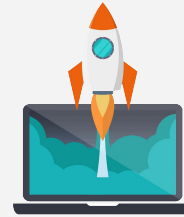


Recomendação  
boca a boca

Engajamento



# Estratégia de SMO e SEO

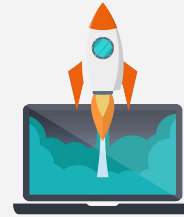


Recomendação  
boca a boca

Engajamento

Intenção  
de compra

# Estratégia de SMO e SEO



Recomendação  
boca a boca

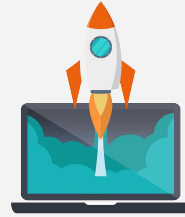
Engajamento

Intenção  
de compra

Confiança



# Estratégia de SMO e SEO



A existência de equilíbrio e integração com o SEO é muito importante para os resultados da empresa.